



Dissertação de Mestrado em Economia

## Os Determinantes da Procura de Museus

João Filipe Pereira da Silva

Orientado por

José Manuel Janeira Varejão

Setembro 2015

## Biografia do Autor

João Filipe **Pereira da Silva** nasceu a 13 de janeiro de 1990 no concelho de Matosinhos, onde estudou até ao momento de ingressar no ensino superior. Entre 2008 e 2012 estudou na Faculdade de Economia da Universidade do Porto. A nível de disciplinas opcionais optou por Mercados para a Cultura, Economia Regional e Urbana e Economia do Ambiente, complementando o percurso com Sociologia da Cultura, disciplina nuclear do 3º ano da licenciatura em Sociologia. Com o objetivo de solidificar a sua formação académica, ingressou no Mestrado em Economia da mesma instituição. Em março de 2013 apresentou duas comunicações no congresso «Portugal: 40 anos de Democracia», na Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação, uma delas consistiu na apresentação de alguns resultados preliminares desta dissertação.

A nível profissional desempenha funções de consultoria na Quaternaire Portugal – Consultoria para o Desenvolvimento, S. A., desde agosto de 2013, onde já participou na *Avaliação Ex-ante do Programa Operacional Centro e Alentejo*, no *Plano de Alinhamento Intermunicipal do Algarve*, *Plano de Ação da Comunidade Intermunicipal do Cávado e Infraestruturas para a Competitividade do Eixo Atlântico*, entre outros.

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais e avós pela educação que me transmitiram. Agradeço também aos amigos que me têm acompanhado neste processo, desde das palavras de incentivo, até aos períodos de companhia enquanto nele trabalhava. Uma parte do meu período académico foi passado com alguns companheiros de cidadania. Agradeço-lhes o companheirismo.

Seguidamente detalharei alguns cumprimentos especiais a nível académico. Agradeço à professora Isabel Campos pelo incentivo em prosseguir estudos neste domínio, à professora Helena Santos e ao professor João Teixeira Lopes pelos conhecimentos que me forneceram ao nível da cultura, tanto na dimensão sociológica, como na dimensão económica. Por último, agradeço ao professor José Varejão por me ter acompanhado na elaboração da dissertação e orientado todo este processo.

Agradeço também, por fim, a todos os colegas da Quaternaire Portugal, mas de forma especial agradeço a confiança depositada em mim pelo professor António Figueiredo.

Chegou a hora de apresentar o resultado e espero que vá ao encontro das expectativas de todos os que de alguma forma contribuíram para este produto final.

## Resumo

Este estudo pretende identificar (i) qual a elasticidade-preço da procura dos museus portugueses, assim como (ii) quais são os determinantes da procura de museus.

Para alcançar os objetivos pretendidos estimou-se uma regressão econométrica através do modelo dos efeitos fixos para dados em painel. O modelo assume como variável dependente o logaritmo do número de visitantes dos museus tutelados pelo antigo Instituto dos Museus e da Conservação. As variáveis de controlo são os logaritmos do preço de ingresso para adultos, do ganho médio mensal dos trabalhadores por conta de outrem, do número de exposições em galerias e do número de espetáculos performativos; assim como a proporção de crianças, seniores e de pessoas com ensino superior na região em que o museu se encontra. Por fim, também se incluíram variáveis *dummy*, sendo que o ano assume valor de um quando o museu esteve encerrado, quando o museu reabriu e na presença de uma exposição temporária relevante.

Em relação ao preço, existe uma reduzida elasticidade-preço da procura de 0.4. Os restantes resultados permitem concluir que a procura é afetada positivamente pelas exposições temporárias, pelas reaberturas após um longo período de encerramento, pela disponibilidade de serviços substitutos mais próximos - como o aumento do número de exposições - e pela escolarização da população da região em que o museu se encontra. Por outro lado, a procura de museus depende negativamente do preço e dos encerramentos parciais por motivos de requalificação.

Códigos JEL: C33 e D12

Palavras-chave: economia, cultura, museus, determinantes, procura, preço, dados em painel

## Abstract

The purpose of this study is identify (i) what is the price elasticity of demand for Portuguese museums, as well as (ii) what are the demand determinants for museums.

To achieve these goals we estimate an econometric regression using fixed-effects model for panel data. The model assumes as dependent variable the logarithm of museums visitors by the former *Instituto de Museus e da Conservação*. Control variables are the admission price for adults, the average of employees monthly income, the number of exhibitions and number of performative shows; as well the share of children, seniors and superior qualification in the region where the museum is located. Finally, it also contains dummy variables which it assumes 1 when the museum was closed, reopened and in presence of a relevant temporary or special exhibition.

Concerning the price, the results found a reduced price elasticity of demand around 0.4. The remaining results indicates a demand positively affected by special exhibitions, reopening after a closed period, availability of close substitutes services - such an increasing of the number of exhibitions – and people qualifications in museum region. On the other hand, the demand for museums depends negatively on the price and partial closed museums.

JEL codes: C33 e D12

Keywords: economy, culture, museums, demand, price, panel data

## **Índice**

<b>Introdução</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. Economia e museus</b>	<b>7</b>
1.1. A economia da cultura e a análise dos museus do ponto de vista económico	7
1.2. Determinantes da procura de museus	11
1.3. A definição do preço e a crescente importância das receitas próprias	15
<b>Capítulo 2. Museus em Portugal</b>	<b>20</b>
<b>Capítulo 3. Visitantes dos museus da Direção Geral do Património Cultural</b>	<b>28</b>
3.1. O fenómeno dos visitantes livres	30
3.2. Evolução dos visitantes às exposições	31
3.3. A importância dos visitantes estrangeiros	36
3.4. Considerações finais	38
<b>Capítulo 4. Caracterização dos dados</b>	<b>40</b>
<b>Capítulo 5. Determinantes da procura dos museus da Direção Geral do Património Cultural</b>	<b>48</b>
5.1. Metodologia	48
5.2. Resultados	52
5.2.1. Visitantes totais	52
5.2.2. Visitantes nacionais	56
<b>Síntese e conclusões</b>	<b>61</b>
<b>Referências bibliográficas</b>	<b>66</b>

## **Índice de Figuras**

<b>Figura 1.</b> Síntese do plano de dissertação	<b>5</b>
<b>Figura 2.</b> Museus, em Portugal, por tipologia de tutela, em 2009	<b>20</b>
<b>Figura 3.</b> Mapa indicativo dos museus da Direção Geral do Património Cultural	<b>27</b>

## **Índice de Quadros**

<b>Quadro 1.</b> Caraterização dos museus, em Portugal, por tipologia da coleção, em 2013	<b>22</b>
<b>Quadro 2.</b> Fontes de informação	<b>40</b>
<b>Quadro 3.</b> Síntese da informação descritiva dos museus	<b>45</b>
<b>Quadro 4.</b> Definição das variáveis	<b>50</b>
<b>Quadro 5.</b> Descrição das variáveis	<b>51</b>
<b>Quadro 6.</b> Resultados da estimação econométrica de origem agregada por variável dependente (bilhetes pagos)	<b>54</b>
<b>Quadro 7.</b> Resultados da estimação econométrica por variável dependente (ingresso gratuito)	<b>55</b>
<b>Quadro 8.</b> Resultados da estimação econométrica de origem nacional por variável dependente (bilhetes pagos)	<b>59</b>
<b>Quadro 9.</b> Resultados da estimação econométrica de origem nacional por variável dependente (ingresso gratuito)	<b>60</b>

## **Índice de Gráficos**

<b>Gráfico 1.</b> Museus, entre 1974 e 2012, por ano (número)	<b>22</b>
<b>Gráfico 2.</b> Visitantes, entre 1974 e 2012, por ano (número)	<b>23</b>
<b>Gráfico 3.</b> Visitantes totais dos museus da DGPC, entre 2001 e 2011, por museu (número)	<b>28</b>
<b>Gráfico 4.</b> Visitantes dos museus da DGPC acumulados, entre 2001 e 2011, por museu (%)	<b>30</b>
<b>Gráfico 5.</b> Visitantes dos museus da DGPC que adquiriram “bilhete normal”, entre 2001 e 2011, por museu (número)	<b>32</b>
<b>Gráfico 6.</b> Visitantes dos museus da DGPC ao domingo e feriado, entre 2001 e 2011, por museu (número)	<b>33</b>
<b>Gráfico 7.</b> Visitantes dos museus da DGPC com idade inferior a 15 anos, entre 2001 e 2011, por museu e proporção de crianças em relação ao total de população (número e %)	<b>34</b>
<b>Gráfico 8.</b> Visitantes dos museus da DGPC com idade superior a 64 anos, entre 2001 e 2011, por museu e proporção de seniores em relação ao total de população (número e %)	<b>36</b>
<b>Gráfico 9.</b> Visitantes dos museus da DGPC, entre 2001 e 2011, por nacionalidade	<b>37</b>
<b>Gráfico 10.</b> Hóspedes (número) nos estabelecimentos hoteleiros, entre 2006 e 2011	<b>37</b>

## **Abreviaturas**

CE	Comissão Europeia
DGPC	Direção Geral do Património Cultural
IMC	Instituto dos Museus e da Conservação
INE	Instituto Nacional de Estatística
LGF	<i>Local Government Forum</i>



## Introdução

A relação entre o campo cultural e a economia tem-se intensificado nas últimas décadas devido à crescente importância do peso do setor em variáveis como o emprego ou a produção, pela sua capacidade de impulsionar externalidades nas regiões, mas também pela intervenção do Estado (Herrero *et al.*, 2006; Frey, 2003).

Os museus também têm apresentado um desempenho cada vez mais relevante na economia, como demonstram as variáveis económicas. Em 2011, em Portugal, a despesa pública total com os museus foi de 38 milhões de euros, o que correspondeu a 0.02% do produto interno bruto do país (INE, 2012). O número de visitantes dos museus, em 2013, ascendeu a onze milhões, o que correspondeu a um aumento de 9.8% face ao ano anterior (INE, 2013, 2014). Apesar disso, escasseiam os trabalhos de análise dos museus na perspetiva económica relativamente à realidade portuguesa. Os estudos existentes incidem meramente sobre os seus impactos económicos (Costa *et al.*, 2012; Castro *et al.*, 2013), sobre as características das experiências dos visitantes (Barbosa e Brito, 2012; Costa *et al.*, 2014) ou sobre o seu desempenho económico (Carvalho *et al.*, 2014).

De forma genérica, as atividades culturais e criativas podem ser tipificadas, em termos da organização económica, da seguinte forma: indústrias culturais (editorial, musical, cinematográfica, média e internet), belas-artes, museus (e monumentos) e artes performativas (Throsby, 2010; Towse, 2010). Por vezes, esta dissertação faz referência a trabalhos que transcendem a abordagem dos museus por insuficiência de trabalhos teóricos ou empíricos relativamente a uma temática em particular, como no caso dos determinantes da procura, uma vez que existem inúmeros estudos publicados e é uma atividade que apresenta características semelhantes no seio da disciplina, nomeadamente ao nível da estrutura de custos (apresenta elevados custos fixos), dilemas relacionados com produtividade pela dificuldade em internalizar tecnologia e pela complexidade em aferir a qualidade dos serviços ou medir a produção (Heilbrun e Gray, 2001; Doyle, 2010).

O domínio da economia aplicada à cultura que mais tem sido alvo de estudo relativamente aos determinantes da procura são as artes performativas. Estes estudos têm concluído que entre os fatores que mais têm determinado a procura de espetáculos performativos encontram-se o preço do bilhete, o número de atuações, a reputação do

artista/grupo/companhia; mas também as despesas de marketing, o preço dos espetáculos substitutos, o mercado geográfico e o estilo (Felton, 1992; Abbé-Decarroux, 1994; Urrutiaguer, 2002). Normalmente, no caso do teatro, a elasticidade-preço tende a ser positiva e elevada (Lévy-Garboua e Montmarquette, 1996; Schimmelpfennig, 1997; Corning e Levy, 2002). Ainda assim, conclui-se que existem resultados adequados às expectativas de cada investigador, seja a conclusão relativamente à reduzida elasticidade-preço da procura nas organizações mais consagradas (Abbé-Decarroux, 1994; Zieba, 2009), estudos com elasticidade-preço da procura negativa (Lévy-Garboua e Montmarquette, 1996; Legoux *et al.*, 2014); e, ainda, trabalhos que apontam para a existência de uma elasticidade-preço positiva (Urrutiaguer, 2002; Grisolia e Willis, 2012).

Relativamente aos museus, os estudos sobre os determinantes da procura são escassos (Luksetich e Partridge, 1997, Darnell *et al.*, 1998). Contudo, mesmo que de forma pouco diversificada, esses trabalhos permitem concluir que a procura dos museus depende, por um lado, negativamente do preço, do rendimento do agregado familiar e da idade; e, por outro lado, varia positivamente com o número de membros das associações, da etnia, do valor da coleção do museu, da idade e do número de abertura ao público por semana (Luksetich e Partridge, 1997).

Então, a escassez de trabalhos de aplicação microeconómica para analisar os determinantes da procura, assim como a carência desses mesmos estudos aplicados à realidade portuguesa, por um lado; e, a relevância específica do determinante preço, por outro, são lacunas de literatura suficientemente evidentes. Adicionalmente, o interesse pessoal crescente pelo domínio da economia pública, e do setor cultural em particular, completa a trilogia de motivações que deram origem a esta investigação.

Este estudo pretende identificar os determinantes da procura de museus e determinar a elasticidade-preço da procura desses mesmos museus. De forma mais clara, as duas questões fulcrais são (i) qual a elasticidade-preço da procura dos museus portugueses, assim como (ii) quais são os determinantes da procura de museus. Estas questões são muito importantes e críticas no estudo económico dos museus porque, de acordo com a literatura, a baixa elasticidade-preço sugerida pelos estudos empíricos avança que seja possível aumentar as receitas via aumento do preço de acesso (Luksetich e Partridge,

1997; Darnell, 1998; Frey e Meier, 2006). Para além disso, existe evidência de que as receitas de bilheteira têm vindo a ganhar peso nos orçamentos dos museus (Trupiano, 2005). Contudo, existe claramente um dilema entre o aumento da quantidade procurada e a sua restrição através do aumento do preço. Ora, o ótimo do ponto de vista da receita pode não ser o melhor no objetivo de aumento da procura via flexibilização das condições de acesso. Contudo, o aumento da procura não depende meramente do preço, mas também de outras variáveis como o serviço educativo, a extensão horária em que o museu está aberto ao público, o valor das coleções, as exposições temporárias ou a publicidade (Luksetich e Partridge, 1997; Frey, 2003). Assim, o aumento do preço pode permitir uma maior capacidade financeira para atrair novos públicos através do aperfeiçoamento da comunicação e do serviço educativo. Exatamente por isso é que os determinantes da procura de museus assumem particular interesse porque permitem perceber melhor os fatores que determinam a variação de visitantes destas instituições.

Adicionalmente, existem algumas questões secundárias que este estudo pretende analisar, embora sem a pretensão de lhes dar a atenção que as questões primordiais da dissertação merecem devido às limitações temporais, mas também pelo próprio foco temático que este género de trabalhos deve obedecer. Assim, e uma vez que estas dimensões têm-se revelado importantes quando se reflete sobre a procura de museus, pretende-se perceber o efeito dos eventos livres no número de visitantes e, também, o efeito do turismo. Os visitantes livres são aqueles que, embora sejam registados como visitantes, não visitam efetivamente o acervo do museu, mas frequentam-no. Isto é, nesta rubrica integram-se todas as entradas nas instituições, seja para ir à cafetaria, visitar a loja ou frequentar eventos. Esta é uma área em portentosa expansão quer em estudos nacionais (Barbosa e Brito, 2012), quer em trabalhos internacionais (Heilbrun e Gray, 2001; Frey e Meier, 2003) devido à crescente capacidade para a diversificação dos serviços disponíveis e para gerar receitas adicionais - que permitem desonerar as organizações e, até, aumentar a capacidade de investimento nas atividades principais do museu (Skinner *et al.*, 2009; Lindqvist, 2012). Devido à dificuldade de instrumentalizar variáveis para analisar econometricamente estes impactos, proceder-se-á a uma análise descritiva sobre as tipologias de acesso e nacionalidade dos visitantes recebidos nos museus da Direção Geral do Património Cultural (DGPC).

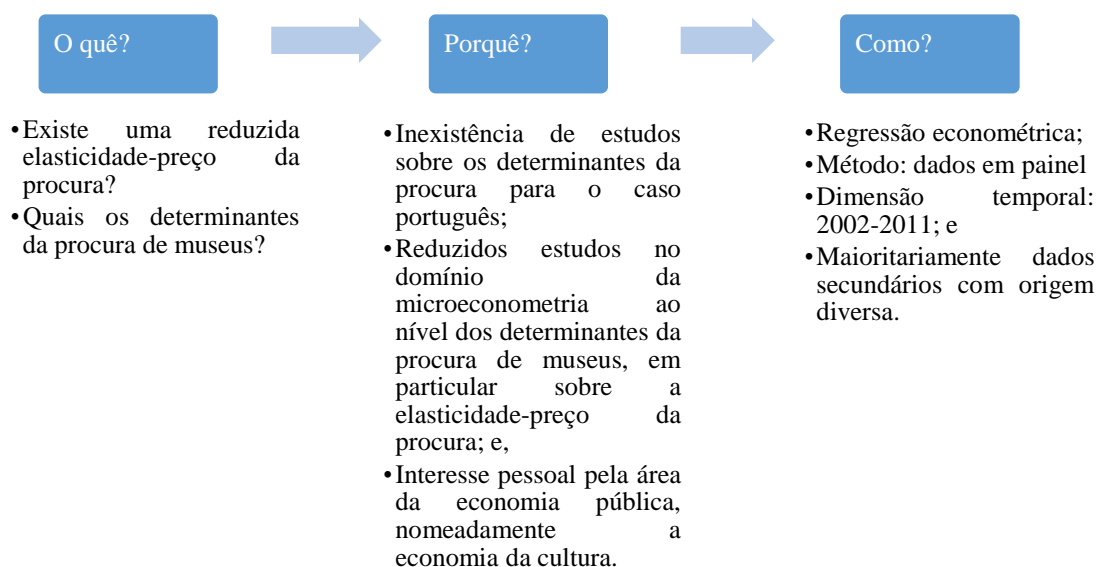
Para alcançar os objetivos pretendidos, nomeadamente a resposta às questões de investigação, estimou-se um modelo de efeitos fixos para dados em painel. Este método permite estimar o desempenho de determinadas políticas setoriais ou a avaliação dos impactos das mesmas (Greene, 2012; Ashley, 2012). Para além disso, é adequado para descrever o contributo de um conjunto de variáveis que determinam a procura no número de visitantes de museus porque permite analisar as variações ao longo do tempo (Baltagi, 2001). Por fim, existem algumas variáveis dependentes que variam em função do ano e do museu, mas existem também variáveis que influenciam a frequência de um museu e não variam em função do tempo. Isto é, o modelo consegue estimar a procura de museus considerando uma variável que capta a heterogeneidade, sendo útil para medir as diferenças não observadas dos indivíduos que são constantes ao longo do tempo (Greene, 2012; Ribeiro, 2014).

A especificação econométrica assume como variável dependente o número de visitantes dos museus sob alçada da DGPC em forma logarítmica, sejam as tipologias pagas, sejam as tipologias de entrada gratuita (dados nacionais e dados conjuntos, contabilizando os visitantes estrangeiros para além dos nacionais). O modelo considera, adicionalmente, variáveis de índole demográfica, económica e de caracterização dos museus entre 2002 e 2011. Ora, as variáveis económicas de controlo são o preço de ingresso para adultos e o ganho médio mensal dos trabalhadores por conta de outrem. As variáveis independentes de caracterização demográfica são a proporção de indivíduos com idade inferior a 15 anos, a proporção de indivíduos com idade superior a 64 anos e a proporção de população com ensino superior entre a população com idade superior a 24 anos e inferior a 65 anos. Estas variáveis foram regionalizadas porque o mercado relevante é de dimensão superior ao espaço geográfico em que as instituições se localizam. A idade do museu calculada através do número de anos desde que o museu foi aberto ao público pela primeira vez e a introdução de uma variável binária para medir o impacto das exposições temporárias integram as variáveis de caracterização do museu. Adicionalmente, incluiu-se o número de sessões de espetáculos ao vivo e o número de exposições nas galerias de arte e espaços similares, na região, para avaliar o impacto da existência de serviços substitutos ou complementares. Por fim, também incluíram-se algumas variáveis *dummy*, uma delas assume o valor de um nos anos em que os museus estiveram totalmente ou parcialmente encerrados, a outra assume o valor de um no ano de reabertura do museu após um período

de encerramento parcial ou total para requalificação. Todas estas variáveis, com exceção das binárias e das que estão apresentadas em proporção, também foram convertidas para formato logarítmico com o objetivo de determinar as elasticidades. A maioria das variáveis foram escolhidas de acordo com os dois estudos de investigação encontrados sobre a procura de museus (Luksetich e Partridge, 1997; Darnnel *et al.*, 1998).

A **Figura 1**, apresentada de seguida, resume os trabalhos de elaboração da dissertação.

**Figura 1. Síntese do plano de dissertação**



Fonte: elaboração própria

Este estudo está organizado em cinco capítulos. No primeiro capítulo apresenta-se uma revisão de literatura teórica sobre a economia aplicada ao domínio em estudo. Neste capítulo salienta-se a importância que os museus desempenham na sociedade e fazem-se algumas referências às origens da disciplina no seio da ciência económica. Adicionalmente, identificam-se os determinantes da procura de museus e sintetizam-se os principais resultados dos escassos trabalhos realizados. Por fim, elencam-se algumas tendências evidenciadas na literatura relativamente à importância do preço de acesso no cômputo geral de financiamento dos museus. O capítulo seguinte pode caracterizar-se como uma secção intermédia entre a revisão de literatura e os resultados da investigação, secção em que se enquadra institucionalmente os museus da DGPC. No capítulo subsequente faz-se uma descrição das estatísticas de visitantes dos museus através das diversas tipologias de bilhética sinalizadas pelos organismos. O capítulo quatro consiste

numa apresentação das fontes de informação, sendo que se dividem entre contacto telefónico, eletrónico ou informação em linha; e, informação oriunda dos inquéritos do Instituto Nacional de Estatística (INE). No quinto capítulo apresentam-se os resultados obtidos através das estimações dos coeficientes relativos às regressões dos determinantes da procura de museus, com especial destaque para a elasticidade-preço da procura. O último capítulo apresenta as conclusões deste estudo.

## Capítulo 1. Economia e museus

### 1.1. A economia da cultura e a análise dos museus do ponto de vista económico

Desde que se reconhece a economia como ciência que o setor da cultura tem captado a atenção dos economistas. Adam Smith considerava que os trabalhadores em atividades culturais não eram produtivos porque a sua produção esgotava-se instantaneamente (Smith, 1976). Mais tarde, também os marginalistas estudaram especificamente os museus do ponto de vista da governança (Jevons, 1983). No período mais recente, em 1966, foi publicado um livro de Baumol e Bowen – *Performing Arts, The Economic Dilemma* - que marca o nascimento desta área no seio da ciência económica (Throsby, 2001; Frey, 2003; Towse, 2010). No entanto, a institucionalização da disciplina Economia da Cultura ocorreu aquando da fundação do *Journal of Cultural Economics*, em 1973, pela Associação Internacional da Economia da Cultura, e estuda a aplicação do problema da escassez de recursos perante necessidades ilimitadas, o que obriga a realizar uma decisão sobre a aplicação dos mesmos, no contexto do setor da cultura, através da escolha racional dos agentes económicos (Frey, 2003). Isto é, a disciplina consiste na adaptação da teoria económica e de evidência empírica ao que é específico do setor da cultura e das artes, por essa razão cria-se uma área de estudo no seio da disciplina da economia (Towse, 2010). Logo após a institucionalização surgiram trabalhos pioneiros consistentes focados essencialmente no estudo dos museus e das artes performativas (Peacock e Godfrey, 1974; Throsby, 1976). Nas últimas décadas foram estudadas questões ligadas ao alargamento de públicos e a sua intervenção na alteração das preferências do consumidor (McCain, 1981) ou às finanças públicas (Towse, 1994). Adicionalmente, também foram abordados temas como os determinantes da procura (Lange e Luksetich, 1984), da oferta (Frey, 1994) ou as características do mercado de arte (Baumol, 1986).

É possível definir “cultura” como a atribuição de símbolos e significados, mas estes podem ser muito variados, alargando o espectro de investigação (Doyle, 2010; Throsby, 1994). Outro conceito seminal importante é o de valor económico da cultura. O conceito de valor consiste na disponibilidade para pagar por um serviço ou bem, consoante as preferências do consumidor e a utilidade que se retira de cada unidade consumida, mas também inclui o custo da melhor alternativa relativamente ao uso dos recursos - o custo

de oportunidade (Throsby, 2001; O'Brien, 2010). Este conceito de custo de oportunidade é particularmente relevante no caso das atividades sem mercado definido ou de bens e serviços com provisão “gratuita” ao consumidor.

Existe um amplo debate sobre a delimitação da fronteira do setor cultural. Nesse sentido, importa agora referir que adota-se o enquadramento que considera, por um lado, o património e as instituições culturais (museus, bibliotecas ou monumentos), as belas-artes e as artes performativas (ópera, dança ou teatro); e, as atividades culturais (mídia, cinema ou música), por outro, como parte integrante desta especialização económica (CE, 2006; Towse, 2010; Throsby, 2010). Todas estas áreas estão incluídas nos serviços e, por isso, a medição da produção é mais difícil do que em relação à produção de bens (Heilbrun e Gray, 2002) e a perceção da qualidade do que é produzido é mais difícil de medir do que nos restantes setores da economia porque, como abordaremos neste estudo em momento oportuno, os serviços e bens culturais apresentam a característica de *learning-by-consuming* (Brito e Barros, 2005; Alderighi e Lorenzini, 2012). Para além disso, é comum que as instituições culturais integrem o setor público e mesmo quando não o integram, assumem-se como organizações sem fins lucrativos (Throsby, 1994; Brooks, 2006). Um denominador comum nestas atividades é a propensão para que os custos fixos tendam a ser elevados seja pelo valor do ativo (Frey, 2003), seja pelo aumento do custo do trabalho (Brooks, 2006), embora as áreas mais intensivas em tecnologia como as indústrias culturais consigam ganhos de produtividade mais significativos do que os restantes domínios (Fazioli e Filipini, 1997). A gestão das organizações e instituições culturais obedece a padrões muito semelhantes (Netzer, 2011), embora os museus tenham preocupações mais sérias quanto à conservação dos ativos e património (Johnson e Thomas, 1998). Por fim, é necessário distinguir alguns domínios mais comercializáveis, como as indústrias culturais, que apresentam preocupações mais padronizáveis à economia de mercado e assimiláveis com outros setores (Towse, 2010; Walls, 2014). Então, pelas características apresentadas, algumas conclusões setoriais são passíveis de extrapolação.

Os museus podem ser importantes para os consumidores como atividade de lazer, mas também são importantes atrações turísticas com efeitos significativos na economia local (Frey e Meier, 2006). A 21ª Assembleia Geral do Conselho Internacional de Museus, realizada em 2007, consagrou o museu como “uma organização sem fins lucrativos, que



trabalha ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe a herança tangível e intangível da humanidade, sendo espaço para a educação, o estudo e o lazer”<sup>1</sup>. Existem outras definições, nomeadamente a que enfatiza a sua função de conservação, que os considera como arquivo de objetos com valor cultural e educativo (Johnson e Thomas, 1998) ou a que sublinha o seu papel recreativo, mas também de indutor de novas tendências culturais, para além do seu papel educativo e de conservação (Maddison e Foster, 2003). A definição de museu tem-se alterado em função das mutações ocorridas na sociedade, existindo um espectro alargado de funções desempenhadas pelos museus: educação, conservação, investigação, coleção e exibição (Heilbrun e Gray, 2001). A análise económica é importante neste setor porque, também nele, os recursos podem ter usos alternativos e a abordagem económica permite construir mecanismos de avaliação para a tomada de decisão (Throsby, 2001). A economia aplicada aos museus ajuda na tomada de decisão, nomeadamente como alocar recursos ao longo das suas funções múltiplas, como gerir os seus portfólios de investimento (incluindo obras de arte), como encontrar financiamento para cobrir as despesas ou qual o preço a cobrar pela entrada (Heilbrun e Gray, 2001).

É indispensável falar do papel do Estado quando se estudam os museus porque este desempenha um papel importante no financiamento, mas também garante a função de regulação do mercado (Johnson e Thomas, 1998). A promoção da identidade e de sentido de pertença, a captação de turistas ou mesmo a demonstração de poder, apresentam-se como alguns dos objetivos políticos que justificam a presença do setor público neste domínio (Towse, 2010). Contudo, em concreto, existem pelo menos duas razões para o Estado subsidiar a cultura: ineficiência na alocação dos recursos, a chamada falha de mercado, e a distribuição desigual da riqueza (Heilbrun e Gray, 2001).

Na literatura, é a falha de mercado que é apontada como principal argumento para justificar a intervenção do Estado (Heilbrun e Gray, 2001; Towse, 2010). Uma falha de mercado acontece sob determinadas condições, nomeadamente (i) quando a estrutura de mercado do bem em causa é de concorrência imperfeita e exerce poder de mercado, (ii)

---

<sup>1</sup> Informação consultada no dia 5 de setembro de 2014, pelas 11:36, no sítio oficial da organização: <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>

na ocorrência de externalidades, (iii) face a assimetria de informação antes e após o momento da transação, (iv) nos setores com custos decrescentes; e, como já se analisou, (v) quando o bem apresenta características de bem público (Netzer, 1978; Peacock, 1994; Motta, 2004; Pereira, 2012). As organizações com poder de mercado têm capacidade para transacionar a um preço superior ao preço de concorrência perfeita, significa que podem transacionar uma quantidade inferior à quantidade que maximizaria o bem-estar (Motta, 2004), mas mesmo que o número de museus existentes seja, em média, reduzido, principalmente na presença de localidades sem tradição turística ou centralidade regional e, por isso, com algum poder de mercado, a maioria dessas instituições têm uma missão que não se orienta para o lucro, não exercendo esse poder (Heilbrun e Gray, 2001). Para além disso, estas organizações assumem custos decrescentes, sendo neste caso mais eficiente existir apenas poucas instituições e não muitas (Heilbrun e Gray, 2001).

Por sua vez, os benefícios externos do consumo podem justificar a intervenção do estado no sentido de que as atividades culturais permitem aumentar a utilidade privada individual do consumo, mas outros podem beneficiar desse consumo (Towse, 2010). Ora, a presença de exposições que sensibilizam para determinadas problemáticas sociais resultam numa maior consciencialização dos visitantes relativamente a realidades diferentes da sua, mesmo que apenas exista subsídio do custo da visita ao museu e a sua respetiva experiência de consumo. Adicionalmente, a intervenção do Estado é justificada no sentido de preservar o legado para as futuras gerações, acautelando, portanto, um benefício para o futuro, mas também induz benefícios para outras atividades como no caso do setor turístico (Peacock, 1994, 2006). A subestimação dos benefícios desta tipologia de consumos e as externalidades positivas desse mesmo consumo possibilitam a inserção dos museus na categoria de bens de mérito, nomeadamente pelos seus benefícios educativos (Johnson, 2003). Por fim, a falta de informação poderá resultar numa subvalorização da utilidade que o consumidor retira de uma visita ao museu, desvalorizando a sua fruição e experiência face a quem tem *stock* de capital cultural diferente; assim, o subsídio poderá cobrir a diferença entre o custo percebido pelo utilizador e o seu custo efetivo (Netzer, 1978; Towse, 2010).

A literatura considera que os benefícios do acesso a museus assumem características de bem público no sentido em que possui duas características: a quantidade consumida por um individuo não diminui a quantidade disponível para outro individuo; e, não é possível

restringir o acesso ao seu consumo (Heilbrun e Gray, 2001; Towse, 2010), ainda que seja pouco realista considerar a impossibilidade de exclusão pelo preço (Towse, 2010; LGV, 2008), mesmo que existam benefícios além da própria utilidade do consumo. Se flexibilizarmos essa característica, chega-se à definição de bem de clube. Avançada em 1965, a definição de bem de clube distingue-se de bem público puro exatamente na componente da não exclusão já que existe um conjunto de pessoas que retiram utilidade do bem, as que pertencem ao clube, e as restantes são restringidas, mantendo a característica da não rivalidade (Buchanan, 1965; Cornes e Sandler, 1984).

Não obstante os elementos que justificam o financiamento e a intervenção pública neste mercado, também existem argumentos que defendem o mercado livre. Por um lado, o financiamento público incentiva à provisão de forma ineficiente; por outro lado, subsiste a possibilidade de existir uma falha de governo, ou seja, que a intervenção estatal não mitigue a falha de mercado, nomeadamente por falta de informação ou limitações legais (Towse, 2010; Pereira, 2012). Estes argumentos, mas também a pressão que resulta de um aumento da dívida pública dos países, têm levado os governos a reduzirem as dotações orçamentais dos museus e estes procuram estar mais orientados para o financiamento direto por parte dos visitantes e, portanto, para a procura (Johnson, 2003; Frey, 2003; Frey e Meier, 2006).

## **1.2. Determinantes da procura de museus**

De acordo com a teoria económica, a quantidade procurada de um bem,  $Q_D$ , depende, entre outros fatores, do preço do bem,  $P_x$ ; do preço de bens substitutos,  $P_y$ ; do preço dos bens complementares,  $P_z$ ; das expectativas sobre preços futuros,  $P_{e(t+1)}$ ; do rendimento dos consumidores,  $Y$ ; da dimensão do mercado,  $N$ ; e, das preferências dos consumidores,  $T$  (Samuelson e Nordhaus, 2012; Frank e Bernanke, 2003). Assim, a função procura poderá ser escrita da seguinte forma:

$$(1.1) \quad Q_D = f(P_x, P_y, P_z, P_{e(t+1)}, Y, N, T)$$

Antes de avançar na explicação, deve-se ter em conta que o efeito de substituição é mais facilmente detetável em estudos no seio de uma categoria específica individualizada do que numa área agregada, isto é, os estudos demonstram que mais facilmente se deteta a suscetibilidade de uma variação da procura entre o museu  $i$  e os restantes museus, do que

uma sensibilidade na procura agregada dos museus em relação às restantes possibilidades de consumo (Heilbrun e Gray, 2001; Stavins, 1997). Então, a procura de um setor (agregada) é distinta da procura de um bem em específico (Frank e Bernanke, 2003). A dimensão do mercado é relevante porque os museus não se localizam de forma uniforme no território, por um lado; e o mercado é normalmente superior à circunscrição geográfica em que se insere, por outro (Frey e Meier, 2006; Towse, 2014).

No domínio das artes, e relativamente às preferências do consumidor, escreve-se que elas se formam através de *learning-by-consuming*, tal significa que os consumidores acumulam todas as experiências e a cada nova experiência haverá uma variação nas preferências conforme ela se assuma como positiva ou negativa, isto é, se o consumidor avaliou a experiência como positiva ou não (Brito e Barros, 2005; Alderighi e Lorenzini, 2012). Esta característica não é completamente compatível com a teoria económica avançada logo no início desta secção uma vez que a mesma pressupõe que os gostos são uma variável exógena ao modelo e constante, por um lado, e os consumidores têm a completa informação do mercado, por outro (Towse, 2010). Sendo assim, é necessário justificar que, sendo a função utilidade a satisfação retirada dos diferentes níveis de consumo possíveis, resultado do conjunto de preferências do consumidor, as preferências do consumidor dependem do consumo prévio desse bem e a utilidade depende das experiências de consumo (Lévy-Gourbois e Montmarquette, 1996). Por outro lado, para minimizar a falta de informação que os consumidores detêm relativamente ao mercado, recorrem à informação provisionada pelos críticos e, sendo um consumo partilhado, não está ausente de enviesamentos em relação à escolha racional individual (Towse, 2010).

A maioria dos estudos sobre os determinantes da procura de produtos culturais incidem sobre as artes performativas (Felton, 1992; Abbé-Decarroux, 1994; Lévy-Garbois e Montmarquette, 1996; Corning e Levy, 2002; Urrutiaguer, 2002; Seaman, 2006; Grisolia e Willis, 2012; Legoux *et al.*, 2014). Estes estudos concluem que os fatores que determinam a procura de espetáculos performativos são o preço do bilhete, o número de atuações, a reputação do artista/grupo/companhia (Abbé-Decarroux, 1994; Urrutiaguer, 2002), mas também as despesas de marketing, o preço dos espetáculos substitutos, a dimensão do mercado geográfico e o estilo de música (Felton, 1992). Adicionalmente, também se pode considerar a capacidade dos espaços e os prémios como determinantes da procura (Corning e Levy, 2002). A reduzida elasticidade-preço da procura não é

consensual entre os estudos, muito porque existem alguns trabalhos mais orientados para um setor específico (Urrutiaguer, 2002; Grisolí e Willis, 2012) face a outros que agregam os dados diversos para analisar as artes performativas como um todo (Seaman, 2006). No entanto, pode inferir-se que a procura é pouco elástica nas organizações mais consagradas (Abbé-Decarroux, 1994; Zieba, 2009), embora em outros estudos a elasticidade-preço seja negativa (Lévy-Garboua e Montmarquette, 1996; Legoux *et al.*, 2014). Ainda assim, o preço pode ser visto como chancela de qualidade e, para esses consumidores, a sensibilidade ao preço pode ser diferente de zero e positiva (Urrutiaguer, 2002; Grisolí e Willis, 2012). Normalmente, no caso do teatro, a elasticidade-preço tende a ser positiva e elevada (Lévy-Garboua e Montmarquette, 1996; Schimmelpfennig, 1997; Corning e Levy, 2002). Quanto à elasticidade-rendimento da procura, nos estudos mais recentes existe evidência que comprova alguma sensibilidade da procura ao rendimento nas artes performativas (Lévy-Garboua e Montmarquette, 1996; Zieba, 2009; Legoux *et al.*, 2014), embora em outros exista evidência de reduzida elasticidade (Moore, 1966; Gapinski, 1986). Em regra, são os estudos que se debruçam sobre o teatro que evidenciam uma elasticidade-rendimento diferente de zero e positiva (Lévy-Garboua e Montmarquette, 1996; Zieba, 2009; Legoux *et al.*, 2014).

Os estudos da procura dos museus variam entre estudos econométricos ou trabalhos de caracterização demográfica dos visitantes. Relativamente aos museus, então, existem alguns estudos de público, que versam sobre as características dos visitantes dos museus (DiMaggio, 1991; Lampi e Orth, 2009; Brida *et al.*, 2013; Costa *et al.*, 2014), mas existem escassos trabalhos empíricos sobre os determinantes da procura de museus (Luksetich e Partridge, 1997; Darnell *et al.*, 1998).

Os trabalhos disponíveis indiciam que a procura de museus depende, por um lado, negativamente do preço, do rendimento do agregado e da idade; e, por outro lado, varia positivamente com o número de membros das associações de amigos dos museus, do valor da coleção do museu, da antiguidade da instituição e do número de horas em que o museu está aberto ao público por semana (Luksetich e Partridge, 1997). Para além dos fatores já referidos anteriormente, no caso dos museus, a elasticidade-preço tende a ser reduzida porque o preço de ingresso representa apenas uma pequena proporção do custo total da visita, sendo que o peso maior reflete-se no custo de transporte, de alojamento e de alimentação (Heilbrun e Gray, 2001). Entende-se por procura pouco elástica quando

uma variação relativa no preço provoca uma pequena variação relativa na procura (Samuelson e Nordhaus, 2012; Frank e Bernanke, 2003). Dependendo do tipo de museu, e excluindo o *cluster* de museus de História, um aumento de 1% do preço tem um impacto de redução da procura entre 0.12, elasticidade-preço da procura para os museus não especializados, e 0.20, elasticidade-preço da procura verificada para os museus de história natural norte-americanos, sendo que, portanto, no caso dos museus de arte a elasticidade-preço é inferior (Luksetich e Partridge, 1997). Já no caso de um museu inglês, o Museu de Bowes, a elasticidade-preço da procura ronda os 0.26 (Darnell *et al.*, 1998). Quanto ao rendimento, embora também não seja um resultado consensual entre os estudos, verifica-se uma relação negativa entre o número de visitas e o rendimento. Tal pode dever-se ao aumento dos custos de oportunidade à medida que o rendimento aumenta, sendo mais forte o efeito substituição (Steiner, 1997; Frey, 2003; Frey e Meier, 2006).

Não obstante a ausência desta variável nos estudos econométricos anteriormente referidos, as exposições temporárias ou especiais têm-se revelado importantes indutores da procura (Frey e Meier, 2006). Em primeiro lugar, revelam-se úteis para atrair novos visitantes (Frey, 1998). Para além disso, estas exposições induzem a procura entre os visitantes nacionais, principalmente os visitantes que se localizam na própria região onde o museu está localizado, porque os custos indiretos diminuem, sendo que estes absorvem a maior fatia dos custos associados às visitas dos indivíduos; por outro lado, permitem a atração do turismo pela oportunidade excecional destes consumidores acederem ao bem (Frey, 2013). Associado a este último argumento, a excecionalidade, por um lado, e a oportunidade, por outro, reduzem a elasticidade-preço da procura das exposições temporárias, o que faz com que seja expetável um preço superior às exposições permanentes ou a simples prática de fixação de preço no caso de os museus serem de acesso gratuito (Towse, 2010). Aliás, esta análise segmentada dos visitantes permite identificar de uma forma mais eficaz as possibilidades de discriminar preços em função das elasticidades-preço da procura, ou seja, da disponibilidade dos visitantes para pagar um determinado preço (O'Hagan, 1995; Espelt e Benito, 2006). Por fim, estas exposições reforçam a notoriedade do museu (Bayart e Benghozi, 1993; Frey, 2013).

Os trabalhos disponíveis indicam que a elasticidade-preço da procura depende do tipo de museu, mas tende a ser reduzida, principalmente para os museus de arte (Luksetich e Partridge, 1997). Apesar de apresentarem um resultado diferente entre instituições, as

receitas de bilheteira representam uma fração significativa do orçamento (Trupiano, 2005) e a baixa elasticidade sugere que seja possível aumentar as receitas via aumento do preço de acesso (Luksetich e Partridge, 1997; Darnell, 1998; Frey e Meier, 2006). Nesta situação, um incremento do preço resulta num reforço da receita total uma vez que a redução da quantidade procurada, resultado de um preço superior, é proporcionalmente menor do que o aumento da receita (Mankiw e Taylor, 2011; Pindyck e Rubinfeld, 2013). Assim, existe um *trade off* entre o aumento da procura pela via do preço e o lucro, uma vez que a maximização da receita pode restringir o acesso, mas para compreender essa dimensão é necessário conhecer a curva da procura, nomeadamente os seus determinantes (Darnell., 1998).

### **1.3. A definição do preço e a crescente importância das receitas próprias**

Existem trabalhos que analisaram o efeito do preço, nomeadamente na procura de museus, mas que não tinham como objetivo o cálculo da elasticidade-preço da procura. O preço de acesso aos museus pode assumir três modalidades: zero, consistir numa contribuição voluntária ou obrigatória, podendo também haver discricionariedade no preço dependendo da tipologia da exposição ou do visitante.

A existência de preço poderá ser invocada para conservação da coleção, razões económicas como a eficiência ou aspetos políticos e sociais (Frey e Steiner, 2012). Adicionalmente, para além de aumentar os custos de manutenção da própria infraestrutura, o excesso de visitantes poderá causar danos nas coleções e poderá prejudicar a satisfação que se retira da experiência, os chamados custos de congestionamento (Falconer e Blair, 2003; Maddison e Foster, 2003). Por outro lado, a gratuidade é uma opção de gestão que continua a reunir adeptos e, de acordo com alguns estudos, permite aumentar os visitantes no seio da população com um nível menor de escolaridade (Anderson, 1998). Contudo, alguns estudos revelam que nos grupos mais distantes dos equipamentos culturais o preço não é determinante (Bailey e Falconer, 1998). Para além disso, do ponto de vista da redistribuição do rendimento (função do Estado), não é fácil justificar esta medida de alargamento do acesso aos museus. A evidência empírica sugere que sejam as pessoas com maiores rendimentos que visitam com maior frequência os museus, o que com entrada gratuita significa que essas classes são beneficiadas pela subsidiação do ingresso, não existindo transferência de rendimento

para os que têm rendimentos inferiores, mas sim para os que já têm rendimento superior (Lampí e Orth, 2009). Então, tem surgido a opção de pagamento voluntário no final da visita, obrigando o museu a investir no aumento da utilidade que o visitante retira da experiência (Frey e Steiner, 2012).

A evidência sugere que, em concordância com o que já se analisou anteriormente, existe um impacto negativo no número de visitantes quando se verifica uma variação positiva no preço (Johnson, 2000). Adicionalmente, quando se acrescenta um dia com acesso gratuito durante o horário do museu, existe um aumento do número de visitantes na ordem dos 65% face aos restantes dias em que o acesso não é gratuito (Steiner, 1997). Contudo, a gratuidade ou o preço reduzido são um entrave ao financiamento das organizações.

À semelhança do que acontece nas restantes organizações, os museus necessitam de recursos para se manterem em atividade. Esta necessidade de recursos pode destinar-se à cobertura dos custos operacionais ou de conservação de coleções (Steiner, 1997; Frey e Meier, 2003). A estrutura de custos dos museus é caracterizada por elevados custos fixos e o custo marginal, em função do número de visitantes, tende para zero (Heilbrun e Gray, 2001; Frey, 2003; Frey e Meier, 2006). Os museus têm procurado um financiamento misto que combina a receita corrente com contribuições públicas e privadas (Lindqvist, 2012). Ao longo das últimas décadas, proliferaram organizações híbridas (com financiamento público e privado) e tem-se tornado cada vez mais comum estudar as diferenças na organização e nos resultados dos museus (Schuster, 1998, 2001).

O financiamento dos museus, sendo de propriedade privada ou pública, pode advir de dotações orçamentais da administração pública (central, regional ou municipal), de donativos, de receitas correntes, de subsídios, patrocínios ou de associações de amigos (Lindqvist, 2012; Trupiano, 2005).

Com o objetivo de promover a equidade, o Estado pode subsidiar integralmente o preço de acesso (Heilbrun e Gray, 2001), facto que condiciona ou não a política de receitas de uma instituição. Considera-se que, no caso de existir, o preço de acesso corresponde a “uma parte vital das finanças do museu” (Lindqvist, 2012) e de qualquer instituição cultural (Gapinski, 1986) e deve, no caso das instituições públicas, apenas cobrir os custos marginais (O’Hagan, 1995), tal significa que o museu assume prejuízos.



O financiamento via subsídios públicos significa que todos os cidadãos, independentemente da utilização de um bem, financiam-no através de impostos. Existe evidência contraditória no tocante ao efeito do financiamento público. Existem trabalhos que concluem que existe independência entre as fontes de financiamento no caso das orquestras sinfônicas americanas (Brooks, 1999, 2003) ou que concluem pela presença de uma relação positiva entre os subsídios (Khanna e Sandler, 2000). Ainda assim, os trabalhos que versam sobre as organizações sem fins lucrativos indicam que a relação entre os subsídios públicos e privados é inversa (Kingma, 1989; Khanna *et al.*, 1995; Smith, 2003). Assim, existem estudos que sugerem que o financiamento público por parte da administração central depende negativamente do apoio das autarquias locais e positivamente do valor das coleções e da idade do museu; assim como o apoio local depende negativamente da dotação orçamental da administração central e positivamente do número de visitantes e da evolução das despesas (Hughes e Luksetich, 1999; Maddison, 2004). Adicionalmente, existe evidência de que as transferências do setor público influenciam positivamente a decisão de apoio financeiro por parte do setor privado; mas, a partir de um certo montante financeiro, a relação existente entre o financiamento público e privado começa a ser inversa (Hughes e Luksetich, 1999). O aumento das receitas (exceto transferências correntes da administração central) induz um decréscimo no nível futuro dos subsídios, mas essa redução é menos que proporcional ao aumento das receitas restantes (Maddison, 2004). Estes resultados indiciam a existência de *crowding-out* entre os subsídios públicos e privados (Hughes e Luksetich, 1999; Maddison, 2004). Para os Estados Unidos da América e entre os anos 1986 e 1988, as doações privadas de indivíduos e empresas correspondiam a 6.5% e 27% do total da receita, respetivamente (Rosett, 1991).

As receitas correntes são as receitas com as tarifas de acesso, as concessões de espaços, as lojas, os parques ou a cafetaria e são influenciadas positivamente pelo apoio de indivíduos e fundações e negativamente pelo financiamento público, embora sem evidência de que sejam substitutos diretos (Hughes e Luksetich, 1999). Existe evidência de que um visitante adicional resulte num aumento nas vendas da loja em 2.92\$ e o efeito das visitas nas receitas do restaurante também sejam positivos (Steiner, 1997). Adicionalmente, também as receitas da produção editorial do Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MOMA) correspondem a 30% da receita total (Parkhurst, 1975) e existe

um impacto de aproximadamente 45% das receitas oriundas de concessões de espaços, oferta de serviços e restauração (Rosett, 1991). A fim de relacionar a receita corrente com a política de preços, a evidência sugere que o ganho obtido nas receitas correntes diretamente dos serviços associados aos museus, mas indiretos, como as receitas oriundas das livrarias, restaurantes ou parques, aumentam quando o horário é gratuito, mas essa variação não é suficiente para anular a quebra de receitas decorrente da isenção das tarifas de acesso (Steiner, 1997). Adicionalmente, também as receitas decorrentes das exposições temporárias são importantes mecanismos de angariação de receita devido às características das mesmas, já analisadas no ponto próprio, nomeadamente a reduzida elasticidade-preço da procura (DiMaggio, 1985).

Por fim, analisando os subsídios e as receitas correntes, chega-se à conclusão que as receitas relacionadas com o número de visitantes não têm um impacto estatisticamente significativo nos subsídios (Maddison, 2004). Tal resultado pode advir da desigualdade de acesso aos museus já que existem diferentes preços de admissão, tornando a comparação entre instituições bastante difícil, embora o número de visitantes tenda a ser uma medida de desempenho dos museus (Maddison, 2004). Neste ponto, apesar de a evidência ser para as artes performativas, é importante ter em atenção que quando existe uma maior proporção de dotação orçamental da administração central ou local, existe uma propensão superior de produção não convencional, que é superior nos casos em que existe menos capacidade física ou orçamental (DiMaggio e Stenberg, 1985; O'Hagan e Neligan, 2005). Este resultado pode ser indicativo de que a dependência do mercado tende a orientar a produção para as massas, aumentando o número de visitantes. No entanto, também pode acontecer o contrário, ou seja, orientar a produção para as áreas ou tipos de arte que têm maior probabilidade de serem apoiadas com subsídios (Borgonovi e O'Hare, 2004).

Concluindo, tanto as doações, como a instituição de um preço de ingresso, permite um recurso adicional, *ceteris paribus*, para investir em políticas de reforço do acesso, nomeadamente a melhoria da experiência. Contudo, restringe o acesso. Então, o incremento de visitantes fruto de um aumento da quantidade procurada deve ser suficiente para compensar a diminuição decorrente do preço de ingresso e isso depende da elasticidade-preço. Os estudos sobre os determinantes da procura ganham reforçada importância. Por um lado, são importantes como instrumento para guiar novas formas de

aumento da procura. Por outro lado, as receitas de bilheteira, decorrentes do aumento do número de visitantes, têm ganho importância como fonte de financiamento.

## Capítulo 2. Museus em Portugal

No âmbito deste estudo considera-se o museu como uma organização que conserva e expõe uma coleção, desempenhando funções de divulgação e estudo do património, definição compatível com a homologada em sede de Conselho Internacional de Museus. Por sua vez, a definição estatística circunscreve os museus como instituições “ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que promove pesquisas relativas aos testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, adquire-os, conserva-os e expõe-nos para estudo, educação e lazer” (INE, 2013), sendo utilizada para a operacionalização da recolha da informação estatística.

**Figura 2. Museus, em Portugal, por tipologia de tutela, em 2009**



Fonte: Neves *et al.* (2014) (adaptado)

Para efeitos deste estudo, existem duas tipologias de caracterização de museus pertinentes.

Em primeiro lugar, como demonstra a **Figura 2**, os museus, em Portugal, podem ser tutelados pela Administração Central, pelos governos regionais, pela Administração Local ou por privados (Neves et al., 2014). Neste trabalho, presta-se particular atenção à Administração Central, que agrega as tutelas dos museus da Secretaria de Estado da Cultura (através das Direções Regionais ou pela Direção Geral do Património Cultural),

dos ministérios, das universidades públicas, das empresas públicas ou com capital público e dos outros organismos da Administração Central.

Em segundo lugar, os museus apresentam diversas tipologias consoante a coleção que conservam e divulgam. Ora, por uma questão de clarificação, passa-se a definir as tipologias utilizadas de acordo com as definições do INE (INE, 2012, 2013):

#### **Museu de Arte**

Neste grupo estão incluídos os museus da escultura, pinacotecas, os museus de fotografia, de cinema, de teatro, de arquitetura e as galerias de exposição dependentes de bibliotecas e de arquivos.

#### **Museu de Arqueologia**

Museu que se distingue pelo facto de as suas coleções terem origem, em grande parte ou na totalidade, em escavações

#### **Ciências Naturais e de História Natural**

Museu consagrado às temáticas relacionadas com uma ou mais disciplinas tais como a biologia, a geologia, a botânica, a zoologia, a paleontologia e a ecologia.

#### **Museu da Ciência e de Técnica**

Museu consagrado a uma ou mais ciências exatas ou técnicas tais como a astronomia, a física, a química, a construção, as indústrias de construção, os artigos manufaturados, as matemáticas, as ciências médicas, etc

#### **Museu de Etnografia e de Antropologia**

Museu que expõe materiais que se relacionam com a cultura, com as estruturas sociais, com as crenças, com os costumes e com as artes tradicionais, entre outras.

#### **Museu de História**

Museu que ilustra um determinado tema, personalidade, ou momento histórico e nos quais as coleções refletem predominantemente essa leitura.

#### **Museu de Território**

Museu cujas coleções são representativas de um território específico, mais ou menos vasto e cuja ligação a esse mesmo território se concretiza através de um conjunto de ações em articulação com a comunidade e outras instituições locais.

#### **Museu Especializado**

Museu consagrado à investigação e exposição de todos os aspetos relativos a um tema ou assunto em particular.

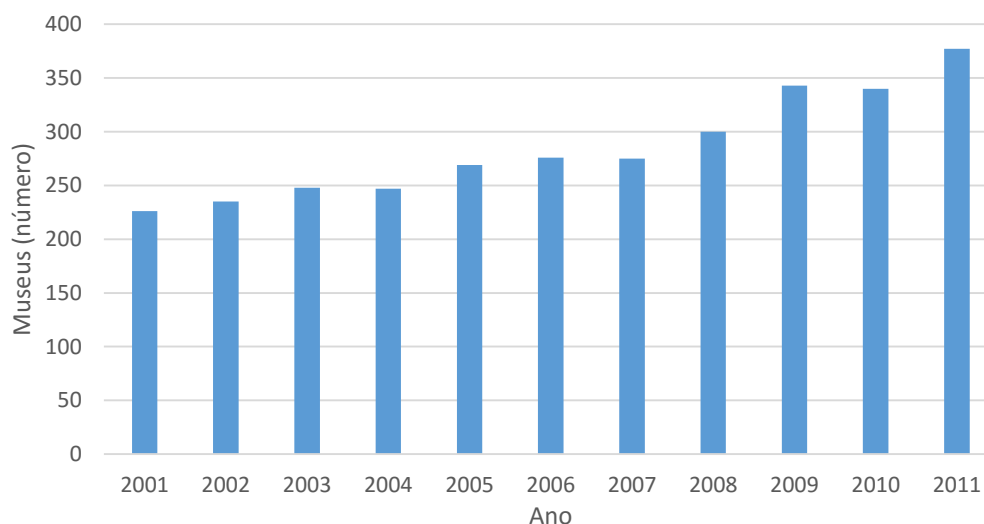
#### **Museu Misto ou Pluridisciplinar**

Museu com coleções heterogéneas que não apresenta uma predominância inequívoca de uma determinada coleção sobre outra, ou seja, onde duas ou mais coleções têm relevância e representatividade próximas, não podendo ser identificados por um tema particular.

Fonte: INE (2012, 2013)

O **Gráfico 1** permite verificar a evolução do número de museus entre 2001 e 2011, onde existe um crescimento na ordem dos 67%. Enquanto em 2001 existiam apenas 226 museus, já em 2011 esse valor ascendia a 377.

**Gráfico 1. Museus, entre 1974 e 2012, por ano (número)**



Fonte: Estatísticas da Cultura, Instituto Nacional de Estatística (elaboração própria)

A maioria dos museus existentes (74) permite preservar e expor coleções de arte, sendo que existem, também, muitos museus que misturam tipos de coleção (64), como se percebe pela análise do **Quadro 1**. Seguem-se os museus etnográficos (46), os museus de história (42) e os museus especializados (40).

**Quadro 1. Caracterização dos museus, em Portugal, por tipologia da coleção, em 2013**

Tipologia da coleção	Total <sup>2</sup>
Museus de arte	74
Museus de arqueologia	36
Museus de ciências naturais e história natural	8
Museus de ciências e de técnica	31
Museus de etnografia e de antropologia	46
Museu de história	42
Museus especializados	40

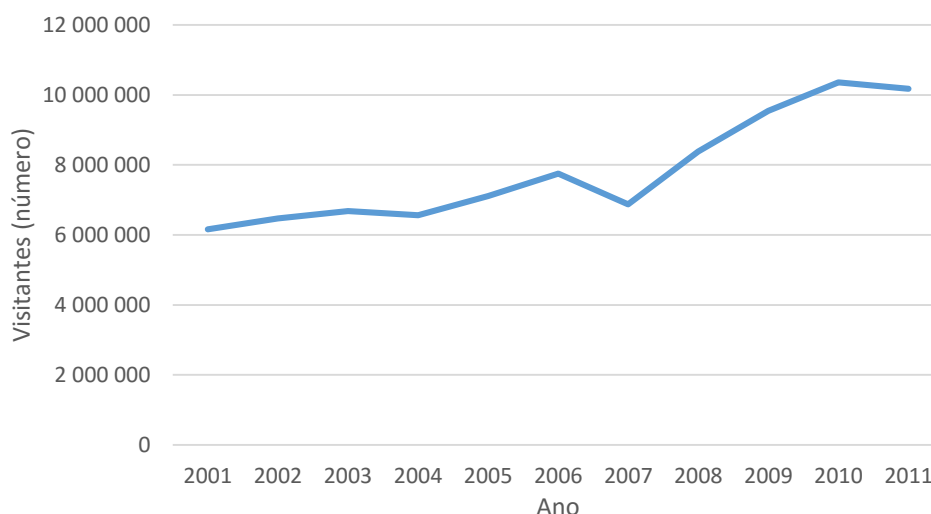
<sup>2</sup> Museus em atividade e que cumprem cinco critérios: i) têm pelo menos uma sala de exposição, ii) abertos ao público, iii) têm pelo menos um conservador ou técnico superior (incluindo pessoal dirigente), iv) têm orçamento e v) têm inventário.

Tipologia da coleção	Total <sup>2</sup>
Museus mistos e pluridisciplinares	62
Museus de território	12
Outros museus	2
Total	353

Fonte: Inquérito aos Museus, Instituto Nacional de Estatística

Por sua vez, o **Gráfico 2** permite observar a evolução no número de visitantes entre 2001 e 2011, sendo que se verificou um aumento de 65% no número de visitantes (aproximadamente quatro milhões ao longo do decénio). O aumento mais significativo ocorreu entre 2007 e 2010, altura em que o número de visitantes aumentou 51%, o que se traduz num incremento de aproximadamente um milhão de visitantes.

**Gráfico 2. Visitantes, entre 1974 e 2012, por ano (número)**



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (elaboração própria)

Então, o aumento de equipamentos museológicos foi acompanhada por um aumento da procura.

Em 2007, o Instituto Português de Museus, criado em 1991 para lidar com as temáticas da museologia, e o Instituto Português da Conservação fundem-se para dar lugar ao Instituto de Museus e da Conservação (IMC) com o objetivo de concentração de serviços no âmbito do Programa de Reforma da Administração Central do Estado, informação que consta do Decreto-lei N.º 398, de 17 de dezembro de 1999, e do Decreto-lei N.º 97, de 29 de março. De acordo com o mesmo Decreto-lei, cabia ao IMC, entre outros domínios, a

execução da política cultural no tocante aos museus e conservação, nomeadamente a gestão dos museus sob tutela do Ministério da Cultura. Ora, tal delegação de competências, dizia respeito a 28 museus dispersos pelo território. Assim, em Lisboa, o IMC estava responsável pela gestão da Casa-museu Dr. Anastácio Gonçalves, do Museu de Arqueologia, do Museu do Chiado, do Museu de Arte Popular, do Museu da Música, do Museu Nacional de Arte Antiga, do Museu Nacional de Etnologia, do Museu Nacional do Azulejo, do Museu Nacional do Teatro, do Museu Nacional do Traje e do Museu Nacional dos Coches. Mais a sul, em Évora, o IMC estava responsável pelo Museu de Évora e pelo Museu Abade de Baçal, localizado mais a norte, em Bragança. Também no Norte, pode-se encontrar o Museu Terras de Miranda (Miranda do Douro), o Museu dos Biscainhos (Braga), o Museu D. Diogo de Sousa (Braga), o Museu Alberto Sampaio (Guimarães), o Museu Nacional Soares dos Reis (Porto) e o Museu de Lamego. O Museu de Aveiro, o Museu Grão Vasco (Viseu), o Museu da Guarda, Museu Nacional Machado de Castro (Coimbra), o Museu Monográfico de Conímbriga (Condeixa-a-Nova), o Museu Francisco Tavares Proença Júnior (Castelo Branco), o Museu Etnográfico e Arqueológico Dr. Joaquim Manso (Nazaré), o Museu da Cerâmica e o Museu José Malhoa (ambos em Caldas da Rainha) compõe o conjunto de museus, na região centro do país, cuja gestão foi delegada pelo Ministério da Cultura no IMC. A **Figura 3** sinaliza geograficamente cada um dos museus anteriormente referidos.

Os museus são altamente diversificados quer quanto à antiguidade, quer quanto à tipologia de catalogação do acervo. Ora quanto à idade, existem museus cuja inauguração aconteceu no século XXI, mas em três remonta ao século XIX. Entre esses museus encontra-se o Museu Nacional Soares dos Reis (que já ultrapassou o século e três décadas de idade, embora tenha estado encerrado entretanto durante alguns anos), o Museu Nacional de Arte Antiga e o Museu Nacional de Arqueologia, que foi inaugurado em 1893. No início do século XX foi inaugurado o Museu Nacional dos Coches, em 1905, e o Museu Francisco Tavares Proença Júnior, em 1910. Logo após a implantação da República e durante o período a que historicamente apelidamos de Primeira República foram ainda inaugurados o Museu do Chiado, o Museu Nacional Machado de Castro, o Museu de Évora, Museu Grão Vasco, o Museu de Lamego e o Museu Abade de Baçal. No período do Estado Novo foram fundados mais oito museus, o que perfaz um total de dezanove organismos museológicos até 1974 sem contar com os equipamentos privados



e da administração local. Então, em 1931, foi fundado o Museu de Alberto Sampaio e três anos depois o Museu de Alberto Sampaio. Em 1940, foi altura da Guarda receber um museu homónimo e, em 1948, foi criado o Museu de Arte Popular. Já o Museu Monográfico de Conímbriga foi criado em 1962 e o Museu Nacional do Azulejo nasceu em 1965, ano em que também foi criado o Museu Nacional de Etnologia. Por fim, o Museu de Aveiro, embora já existisse, foi aberto ao público em 1974. Dois anos depois, em período de pós 25 de abril, foi fundado o Museu Dr. Joaquim Manso e o Museu Nacional do Traje. Em 1978, foi inaugurado o Museu dos Biscainhos, e dois anos depois foi fundada a Casa-museu Dr. Anastácio Gonçalves. No ano de 1982 foi criado o Museu Nacional do Teatro e o Museu de Terras de Miranda. Já no ano de 1983 foi inaugurado o Museu de Cerâmica e onze anos depois foi inaugurado o Museu da Música. Por fim, já no século XXI, em 2007, foi inaugurado o Museu D. Diogo de Sousa.

Em 2011, houve lugar a mais uma fusão envolvendo o IMC. De acordo com o Decreto-lei N.º 115, de 25 de maio de 2012, a fusão envolveu também o Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico, a Direção Regional da Cultura de Lisboa e Vale do Tejo, assim como a Comissão para o Património Imaterial. A Direção Geral do Património Cultural (designada a partir deste momento apenas por DGPC) corresponde ao novo organismo que resulta desta fusão de entidades e responde diretamente à Presidência do Conselho de Ministros através da Secretaria de Estado da Cultura, assumindo a prossecução da execução da política museológica, como consta do Decreto-lei N.º 126, de 29 de dezembro de 2011. Então, sob tutela da DGPC encontram-se os museus nacionais e a Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves, o Museu da Música, o Museu de Arte Popular e o Museu de Grão Vasco.

A Direção Regional de Cultura do Alentejo detém a tutela do Museu de Évora. Já o Museu de Aveiro, o Museu de Cerâmica, o Museu Dr. Joaquim Manso, o Museu Francisco Tavares Proença Júnior e o Museu José Malhoa estão sob tutela da Direção Regional da Cultura do Centro. Estas alterações orgânicas também resultaram numa ampliação das competências da Direção Regional do Norte, que ficou responsável pelo Museu de Abade Baçal, de Alberto Sampaio, D. Diogo de Sousa, Biscainhos, Lamego e o Terras de Miranda.

Enquadrado no Programa Aproximar, que visa a delegação de competências da Administração Central na Administração Local (municípios e Comunidades Intermunicipais), o Museu da Guarda, que chegou a ser tutelado pelo extinto IMC, deixou de estar confiado à Direção Regional de Cultura do Centro, em 2015, para ser integrado na Câmara Municipal da Guarda, como consta do Decreto-lei N.º 30, de 12 de fevereiro de 2015.

.

**Figura 3. Mapa indicativo dos museus da Direção Geral do Património Cultural**

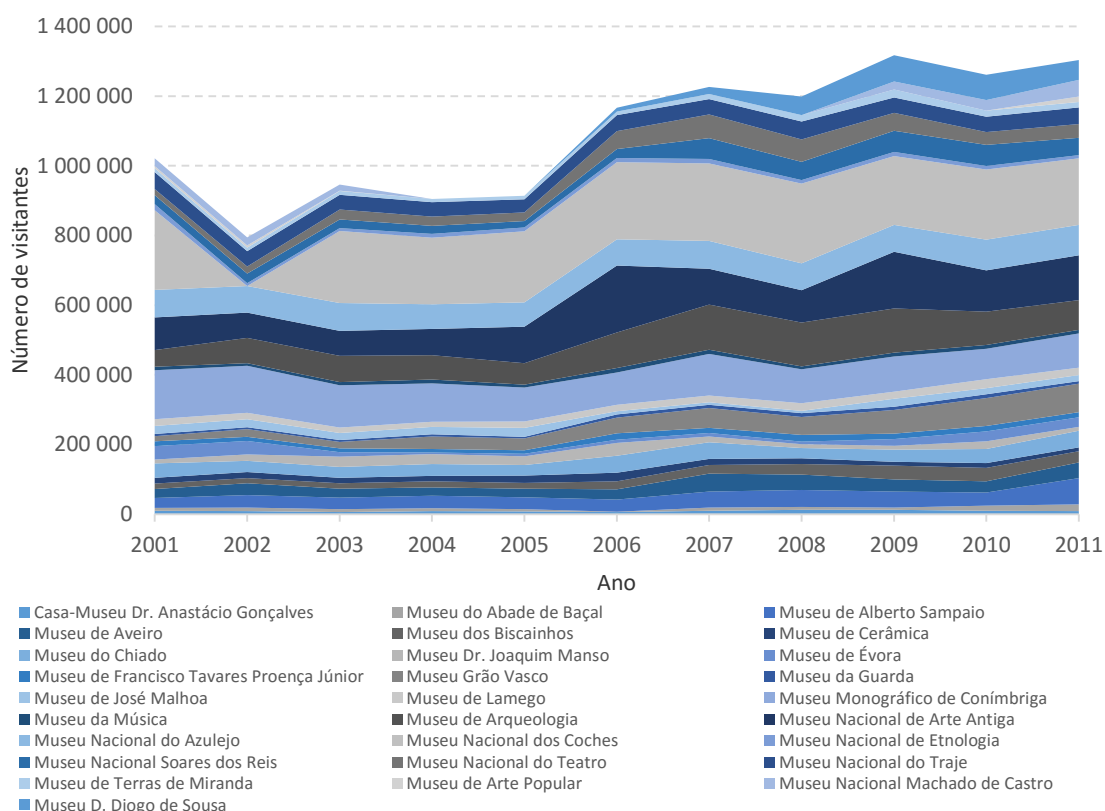


Fonte: elaboração própria

### Capítulo 3. Visitantes dos museus da Direção Geral do Património Cultural

Nesta secção procede-se a uma análise da informação estatística relativamente aos ingressos nos museus abrangidos pelo estudo com o objetivo de fornecer uma base sólida de compreensão acerca da evolução do número de visitantes.

**Gráfico 3. Visitantes totais dos museus da DGPC, entre 2001 e 2011, por museu (número)**



Fonte: Estatística de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural (elaboração própria)

Entre 2001 e 2011, como demonstra o **Gráfico 3**, assistiu-se a uma evolução positiva no número de visitantes, embora essa tendência se tenha revestido de alguma volatilidade, nomeadamente entre 2001 e 2003 ou 2009 e 2011, períodos em que se assiste a um decréscimo dos visitantes. No primeiro caso o decréscimo foi bastante acentuado uma vez que, em 2002, a variação homóloga do número de visitantes foi negativa na ordem dos 22%. Por sua vez, no ano de 2010 a redução rondou os 4%. Pelo contrário, no ano de 2006 assistiu-se a uma evolução homóloga de 28%, a maior durante este período de

análise. Em termos agregados, existiu uma evolução de 28% no número de ingressos dos museus durante este intervalo.

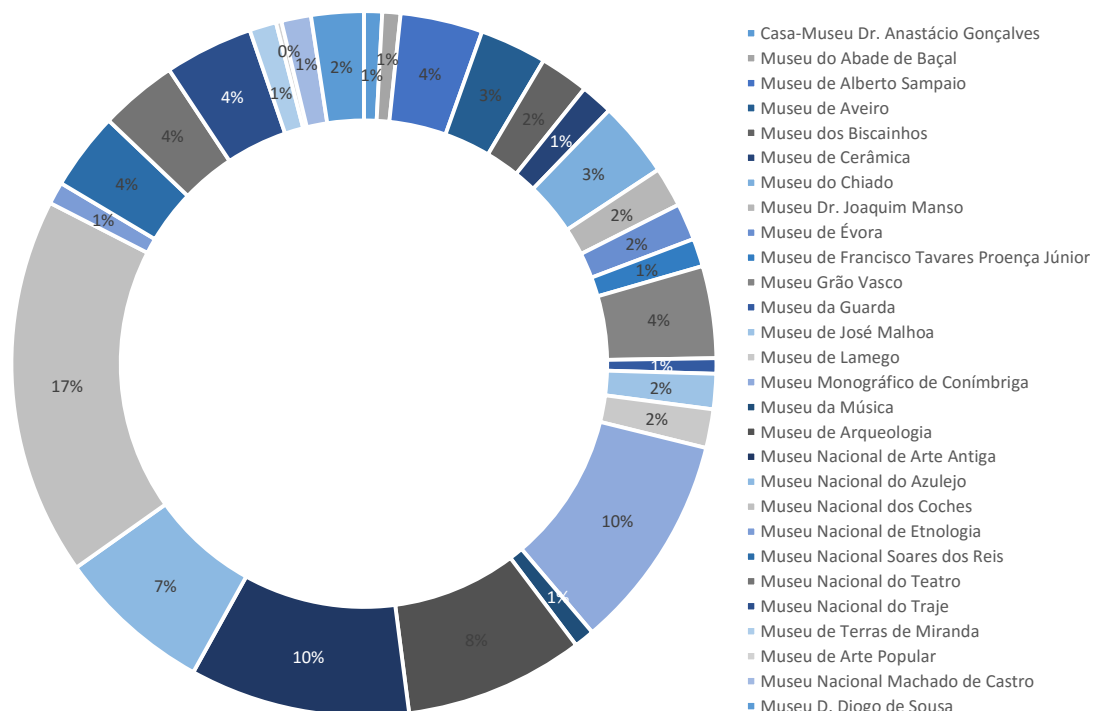
Os processos de reconfiguração dos espaços, por um lado, e de redefinição das estratégias, por outro, parecem ter resultado num reforço da tendência de crescimento da procura por parte dos públicos, que já se verificava desde 2006. Desde logo é possível perceber que uma componente substancial do aumento da procura de museus deve-se à entrada em funcionamento de forma plena dos equipamentos culturais que tinham entrado em reabilitação: Aveiro, Évora, José Malhoa, Nacional Machado de Castro e Arte Popular. O Museu Nacional Machado de Castro reabriu parcialmente em 2009, já o Museu de Aveiro e de Évora reabriram integralmente em 2010 (depois de um período de encerramento longo) e 2009, respetivamente. Também o Museu Etnográfico de José Malhoa esteve encerrado entre 2008 e 2009. Por sua vez, o Museu Grão Vasco esteve parcialmente encerrado entre o ano de 2002 e 2003. Em suma, todas estas reaberturas resultaram no incremento do número total de visitantes, embora a tendência crescente de ingressos nos museus sem qualquer interrupção de atividade, principalmente os de maior notoriedade, não deva ser ignorada.

Em termos acumulados, isto é, somando a totalidade de visitantes em cada um dos museus durante o decénio, conclui-se pela existência de quatro níveis de museu. Um primeiro nível de museus com elevada procura; um segundo nível, onde se posicionam os museus com procura significativa mas, ainda assim, longe da procura dos museus *superstar* portugueses, ou seja, aqueles que têm uma procura incomparavelmente superior; um terceiro nível onde se situam os museus com uma procura relevante para a circunscrição geográfica em que se inserem; e, por fim, o quarto nível onde se situam os museus em que o número de visitantes pode ser considerado residual individualmente, mas quando somados resultam em 1/5 do total de visitantes dos museus sob tutela da DGPC.

O **Gráfico 4** é resultado do somatório do número de visitantes de cada um dos museus durante este intervalo de tempo. O museu que mais contribui para a procura agregada de museus é o Museu Nacional dos Coches, que contribui com aproximadamente 17% do número de visitantes. O Museu Monográfico de Conímbriga e o Museu Nacional de Arte Antiga, que contribuem de igual forma para 20% da procura agregada, assim como o Museu de Arqueologia e de Arte Antiga, que contribuem aproximadamente com 8% e

7%, respetivamente, contemplam um segundo nível. O terceiro nível corresponde a 26% do total de visitantes entre 2001 e 2011; sendo constituído pelo Museu Alberto Sampaio, de Aveiro, Chiado, Grão Vasco, Soares dos Reis, Teatro e Traje.

**Gráfico 4. Visitantes dos museus da DGPC acumulados, entre 2001 e 2011, por museu (%)**



Fonte: Estatísticas de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural (elaboração própria)

Uma terceira dimensão adjacente ao aumento do número de visitantes está relacionada com as exposições temporárias. A informação constante nos diversos Relatórios de Atividades (IMC, 2007; IMC, 2008, IMC, 2009; IMC, 2010; DGPC, 2012) permite chegar à conclusão que os últimos anos do decénio foram muito ricos em número de exposições temporárias. Contudo, não é possível contabilizar o número de visitantes a elas associados pois não são registados separadamente pelos organismos.

### 3.1. O fenómeno dos visitantes livres

Nos últimos anos, como já vimos, os principais museus mundiais começaram a encontrar novas formas de financiamento, por um lado, e a encontrar novas formas de posicionamento da instituição face ao mercado através da utilização das suas instalações para outras atividades que não correspondem à definição de museu. As lojas, os restaurantes, as cafetarias e os parques começaram a fazer parte das estratégias de gestão

e dinamização dos museus. Por outro lado, os concertos e outras atividades localizadas nos museus com o objetivo de captação de públicos heterogêneos também têm observado resultados nos museus portugueses. Os visitantes livres são os visitantes que não o visitam, mas frequentam o museu para outras atividades.

As entradas livres nos museus sob alçada da DGPC têm evoluído de forma crescente, com um crescimento sustentado nos últimos anos, correspondendo a 19% do total de visitantes contabilizados. Desde 2007 que se verifica uma tendência de crescimento, mas mesmo em 2006 houve um pico de aproximadamente 214 mil visitantes. No último ano do decénio o número já rondava os 419 mil visitantes, apresentando nestes últimos anos uma taxa de crescimento média de 44%.

Os visitantes livres têm nacionalidade maioritariamente portuguesa e apenas num museu é que a proporção de visitantes nacionais é inferior a 60%, tal acontece num dos museus com mais visitantes estrangeiros, o Museu Nacional do Azulejo. Embora de forma agregada não existam diferenças assinaláveis entre os museus em relação ao total de visitantes livres, quando a análise tem em conta o peso dos visitantes livres no total dos visitantes, já é possível detetar alguma heterogeneidade. Em especial, o Museu D. Diogo de Sousa (74% dos visitantes ingressaram por esta via), o Museu da Guarda (36%), Museu Nacional Machado de Castro (36%), Museu Terras de Miranda (34%), o Museu Francisco Tavares Proença Júnior (34%), o Museu de Cerâmica (33%), o Museu do Traje (33%) e a Casa-Museu Anastácio Gonçalves (32%). Nos museus reabertos mais recentemente, assiste-se a um maior contributo desta tipologia de visitantes para o aumento do número de visitantes.

Com estes resultados podemos chegar à conclusão que as visitas livres têm muito que ver com o crescimento do número de visitantes dos museus em Portugal e, portanto, a justificação para a evolução que assistimos pode estar associada a um maior dinamismo na utilização das suas instalações.

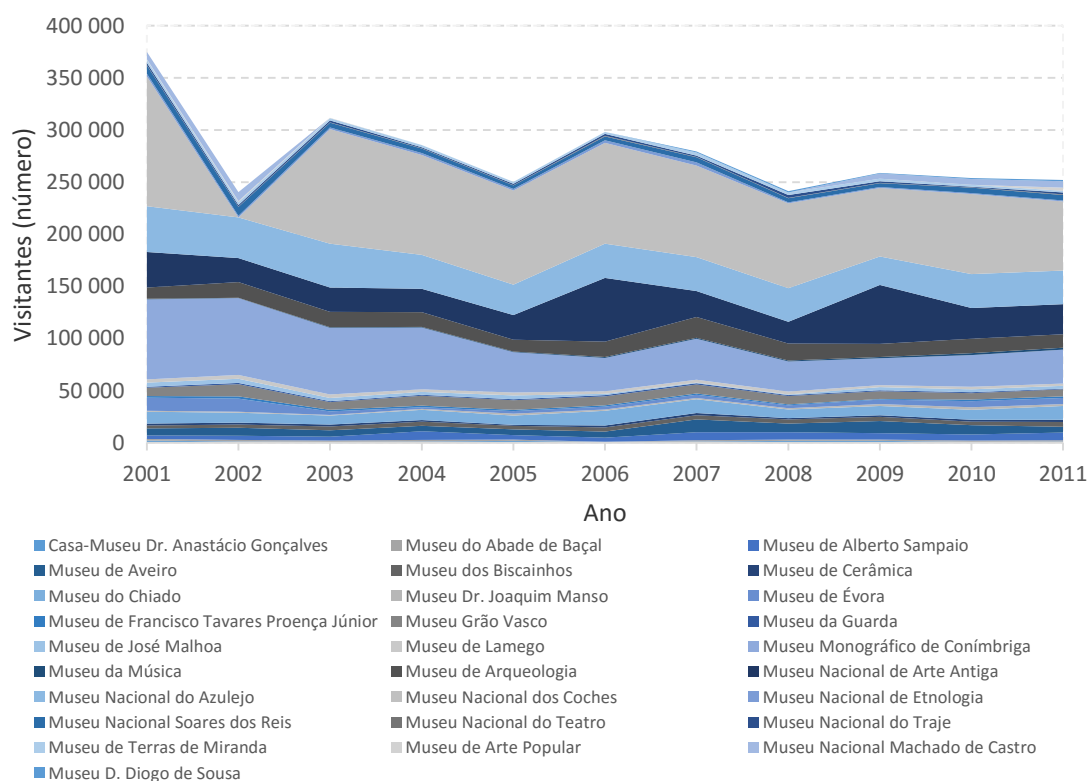
### **3.2. Evolução dos visitantes às exposições**

Para analisar a evolução dos visitantes com bilhete de ingresso na exposição, sejam visitantes estrangeiros ou nacionais, analisam-se três tipologias estatísticas: a) visitantes

que adquiriram bilhetes ao preço normal, isto é, ao preço estipulado; b) bilhetes de domingo/feriado em regime de gratuidade; e, c) visitantes que ingressaram com bilhetes com preço de desconto, isto é, bilhetes com desconto jovem, sénior ou estudante.

Os visitantes que adquirem bilhetes normais correspondem a 25% do total dos visitantes, enquanto os visitantes com entrada gratuita correspondem a 9%. Os bilhetes etários também revelam um contributo assinalável no seu conjunto, sendo que no total dos visitantes 3% e 6% são crianças e reformados, respetivamente.

**Gráfico 5. Visitantes dos museus da DGPC que adquiriram “bilhete normal”, entre 2001 e 2011, por museu (número)**



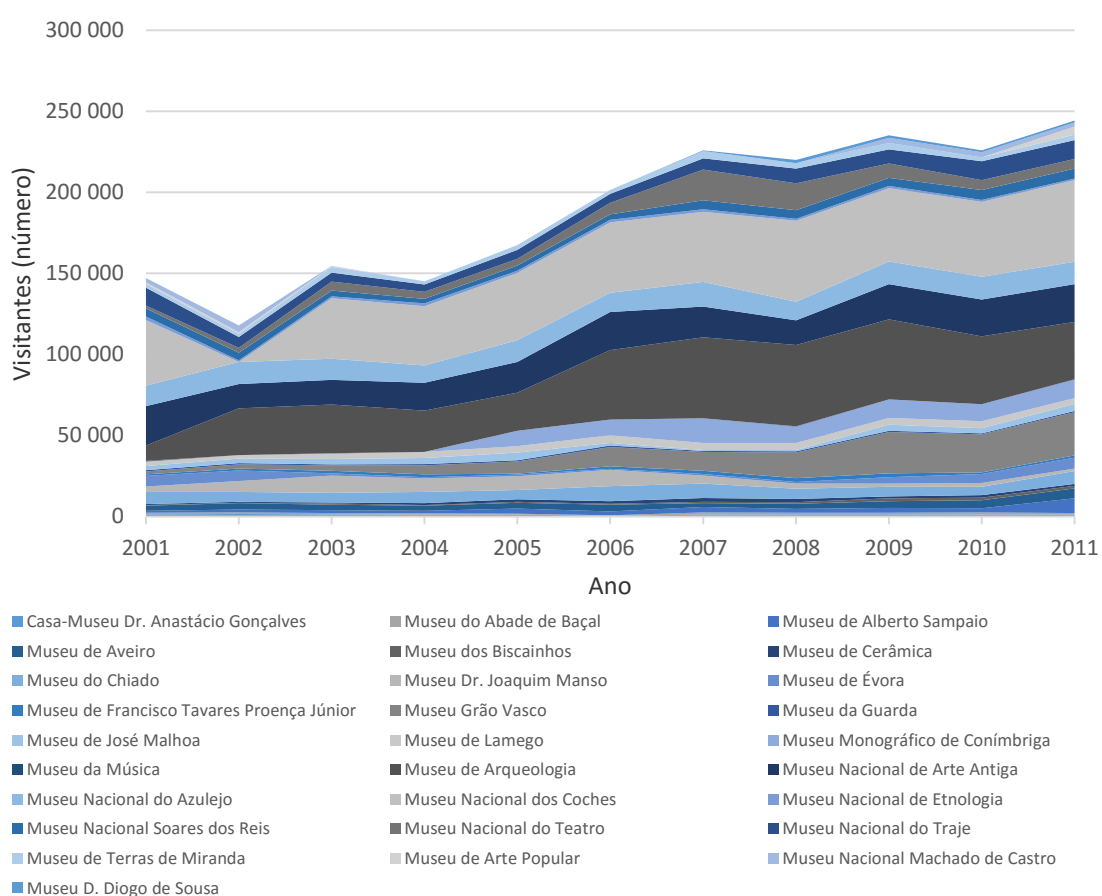
Fonte: Estatísticas de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural (elaboração própria)

Em primeiro lugar, analisar-se-á a componente dos bilhetes considerados de ingresso “normal” cujo preço está devidamente estipulado através de Decreto-lei, Portaria ou Despacho. Os preços foram aumentando gradualmente ao longo do período de análise e pode-se considerar a existência de três níveis de preços: reduzido, intermédio ou elevado. Sendo que os preços nunca foram superiores a 5 euros, entre 2001 e 2011.



De acordo com o **Gráfico 5**, que traduz a evolução dos visitantes com ingresso pago ao preço normal, a aquisição de bilhetes normais observou, de facto, uma tendência decrescente no período em causa. No ano de 2002, a variação negativa aproximou-se dos 36%. Pelo contrário, em 2001, observou-se o melhor resultado do decénio, com o número de visitantes a ultrapassar os 240 mil. Por sua vez, entre 2001 e 2011 perderam-se aproximadamente 123 mil visitantes num total médio anual de 277 mil visitantes. Contudo, pode-se afirmar que, entre 2001 e 2011, perderam-se aproximadamente 27 mil.

**Gráfico 6. Visitantes dos museus da DGPC ao domingo e feriado, entre 2001 e 2011, por museu (número)**

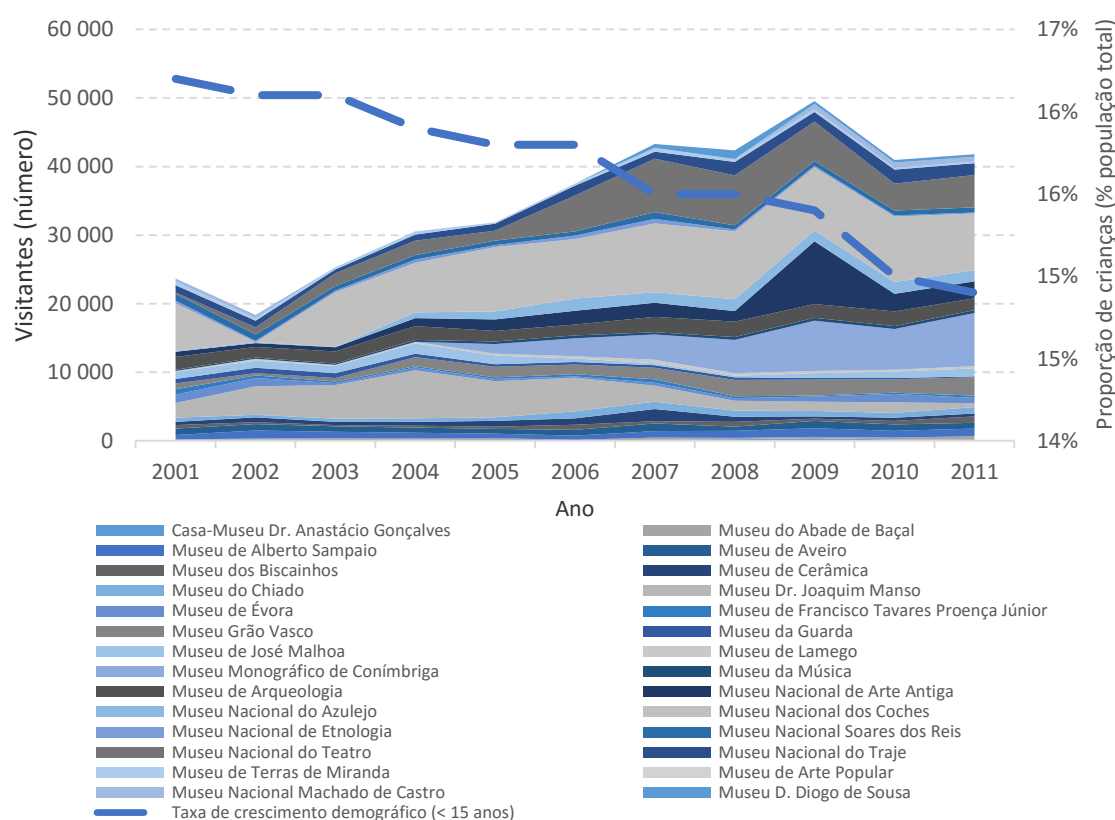


Fonte: Estatísticas de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural (elaboração própria)

Quanto aos visitantes que usufruíram de isenção de pagamento devido à sua visita ter sido realizada ao domingo ou ao feriado, chega-se à conclusão precisamente oposta. O **Gráfico 6** evidencia o aumento do número de visitantes em horário gratuito. A procura de museus neste período aumentou 66%, tendo-se ganho aproximadamente 98 mil

visitantes. Verifica-se que existiu um aumento de visitantes no decénio de aproximadamente 23 mil e 73 mil de origem estrangeira e nacional, respetivamente. No caso dos visitantes nacionais, estes ganhos superam largamente as perdas de visitantes alcançadas na venda de bilhetes de ingresso. Muito recentemente, o Despacho N.º 6475, de 19 de maio de 2014, veio estabelecer que apenas no primeiro domingo de cada mês é que a entrada é gratuita, substituindo a legislação que vigorava até então, que disponibilizava isenção aos domingos e feriados.

**Gráfico 7. Visitantes dos museus da DGPC com idade inferior a 15 anos, entre 2001 e 2011, por museu e proporção de crianças em relação ao total de população (número e %)**



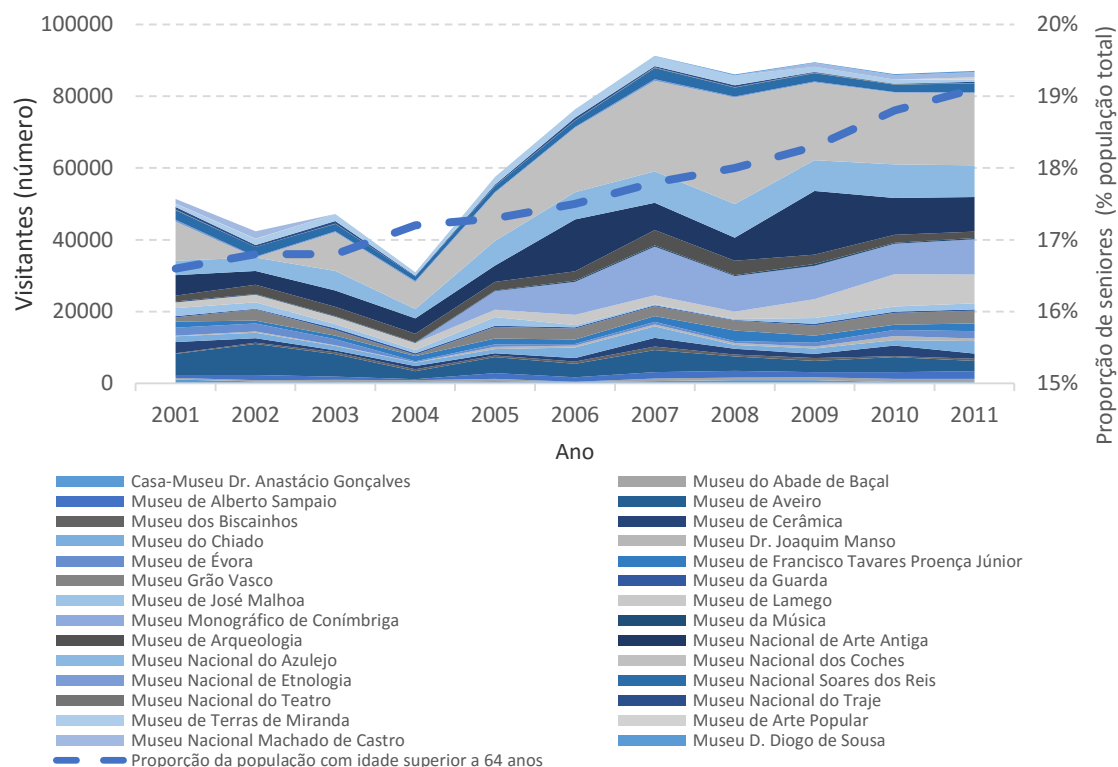
Fonte: Estatísticas de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural; Estimativas Anuais da População Residente, Instituto Nacional de Estatística (elaboração própria)

O Gráfico 7 mostra a evolução do número de visitantes com idade inferior a 15 anos e a evolução da proporção da população com idade inferior a 15 anos face à população total. Entre o início do decénio e o fim, verificou-se um crescimento na ordem dos 18 mil visitantes. Para encontrar um valor inferior ao verificado em 2010 tem que se recuar até ao ano de 2006. As crianças estrangeiras estão concentradas no Museu Nacional dos Coches, que absorve 44% do total de visitantes com idade inferior a 15 anos acumulado

no decénio. O Museu do Teatro e o Museu Etnológico Dr. Joaquim Manso reúnem um elevado interesse junto da população infantojuvenil, onde estes museus concentram 10% e 9%, respetivamente, dos visitantes desta faixa etária. Quanto ao Cartão Jovem, verificou-se uma maior utilização desde que a política de admissão de estudantes foi alterada. Até então, a tendência era de evolução negativa. Enquanto entre 2001 e 2008 o número de visitantes que usufruíram de desconto com cartão jovem diminuiu aproximadamente 5 mil visitantes; no período posterior, entre 2009 e 2011, o número de visitantes desta tipologia aumentou aproximadamente 4 mil visitantes. Assim, não podemos afirmar que existe uma dinâmica superior nos jovens apenas por este indicador uma vez que se verificou uma substituição de tipologia. O número de estudantes que visitaram museus observou uma tendência de evolução negativa desde 2006, embora em 2009 tenha conseguido recuperar ligeiramente. Os museus que despertam maior interesse nos estudantes, comparativamente com as restantes tipologias, são o Museu do Chiado e o Nacional de Arqueologia, por sua vez nos visitantes com Cartão Jovem a preferência vai apenas para o primeiro, sendo o museu com mais visitantes no total acumulado nesta tipologia.

O número de visitantes reformados, pelo contrário, observa uma tendência positiva até 2007, ano em que o número parece estabilizar na ordem dos 90 mil visitantes por ano, como se pode observar no **Gráfico 8**. Esta tendência acompanha o movimento conducente ao envelhecimento da população. O padrão dos museus mais visitados altera-se, mas não significativamente. O Museu Nacional dos Coches concentra 24% dos visitantes com mais de 65 anos, enquanto o Museu Nacional de Arte Antiga e do Azulejo encerram o pódio (12% e 10%, respetivamente).

**Gráfico 8. Visitantes dos museus da DGPC com idade superior a 64 anos, entre 2001 e 2011, por museu e proporção de seniores em relação ao total de população (número e %)**



Fonte: Estatística de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural e Instituto Nacional de Estatística  
(Estimativas Anuais da População Residente) (elaboração própria)

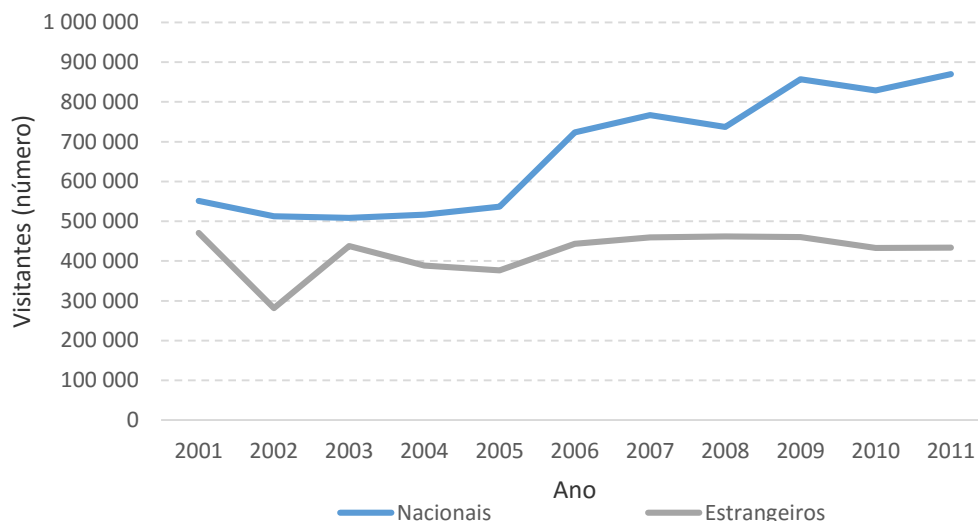
### 3.3.A importância dos visitantes estrangeiros

Entre 2001 e 2011, o número de visitantes estrangeiros não só não aumentou, como observou uma redução na ordem dos 8%, embora o ano de 2001 tenha sido aquele que verificou um número superior de visitantes registados, o que faz com que a redução seja tão significativa. Ainda assim, destaca-se o crescimento verificado entre 2002 e 2003, assim como entre 2005 e 2006.

O Gráfico 9 procura demonstrar essa evolução no número de visitantes estrangeiros, contrapondo com a evolução crescente verificada no número de visitantes nacionais. Esta tendência de evolução do número de visitantes estrangeiros, em nada se compara com a tendência de crescimento verificada no número de visitantes nacionais. Conclui-se, então, que a evolução positiva já analisada no cômputo do número de visitantes totais advém muito mais de um maior interesse por parte dos visitantes nacionais. Contudo, ainda assim, existem exceções. O Museu dos Coches, do Azulejo e de Arqueologia conseguem

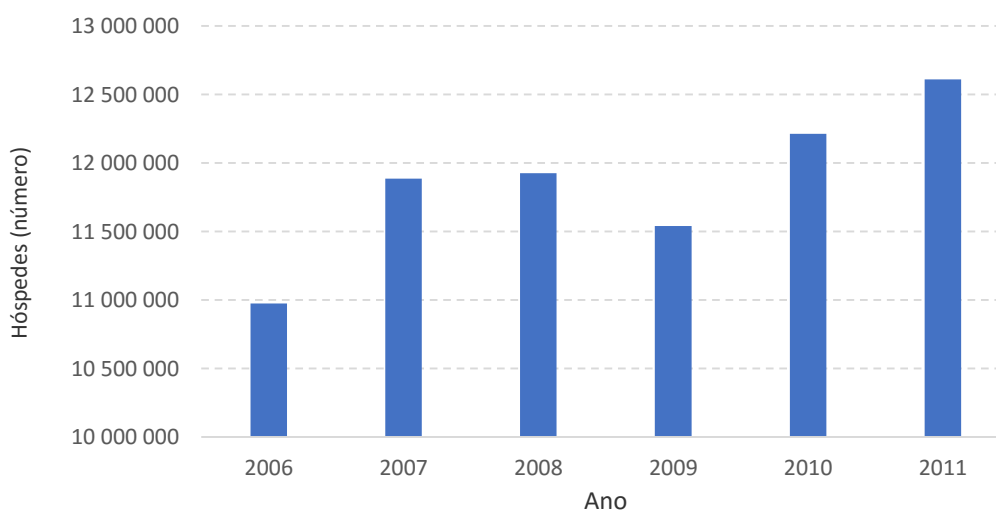
atrair mais visitantes estrangeiros do que nacionais. O número de visitantes estrangeiros é, para o Museu do Azulejo, em média, 4,1 vezes o número de visitantes nacionais. Por sua vez, o Museu dos Coches absorve a maior proporção de visitantes estrangeiros. Para este facto muito contribui a especificidade e originalidade das respetivas coleções e/ou instalações.

**Gráfico 9. Visitantes dos museus da DGPC, entre 2001 e 2011, por nacionalidade**



Fonte: Estatísticas de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural (elaboração própria)

**Gráfico 10. Hóspedes (número) nos estabelecimentos hoteleiros, entre 2006 e 2011**



Fonte: Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros Dados na Hotelaria, Instituto Nacional de Estatística (elaboração própria)

Como se percebe através da observação do **Gráfico 10**, construído com base na informação do Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros Dados na Hotelaria, a evolução do número de visitantes estrangeiros não acompanhou a tendência de forte dinamismo que o turismo, nomeadamente o setor do alojamento, tem observado no país. O crescimento do número de hóspedes, que resulta da informação estatística do INE, não é acompanhado por um aumento, pelo menos substancial, do número de visitantes de nacionalidade estrangeira. Entre 2006 e 2011, a taxa de crescimento média anual do número de hóspedes foi de 3%, enquanto no mesmo período a taxa de crescimento do número de visitantes estrangeiros foi praticamente nula.

### **3.4. Considerações finais**

Concluindo, uma proporção significativa do aumento do número de visitantes advém de um número reduzido de museus (Museu Nacional dos Coches, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Arqueologia e o Museu Nacional do Azulejo). Esses museus apresentaram um crescimento no número de visitantes na ordem dos 80% durante o período de análise. Contudo, os museus tradicionalmente de menor dimensão ao nível dos visitantes, também evoluíram de forma bastante positiva. Em muitos deles, a taxa de crescimento, entre 2001 e 2011, foi superior a 100%, o que revela a tendência de crescimento generalizado e não inteiramente dependente de um museu em particular. Os visitantes estrangeiros e os visitantes que adquirem bilhete não contribuem de forma decisiva para essa tendência de crescimento do número de visitantes. Ainda assim, os visitantes nacionais continuam a contribuir de forma assinalável para o crescimento da procura dos museus, nomeadamente pelo contributo dos visitantes com idade inferior a 15 anos e superior a 64 anos, assim como dos visitantes livres. Esta última tipologia é responsável, em larga medida, pelo crescimento do número de visitantes. Isto significa que os eventos, as idas ao restaurante, ao parque ou à loja têm ganho maior relevância do que os ingressos com o objetivo de visitar a coleção do museu. Por outro lado, também se tem assistido a um aumento do número de visitantes que recorrem ao horário de isenção do preço de ingresso, ou seja, que frequentam o museu ao domingo ou feriado. Em contrapartida, esta tendência é acompanhada por uma diminuição do número de visitantes que decide frequentar o museu em horário regular. Uma vez que tem existido uma atualização dos preços de ingresso, tal pode indiciar duas coisas: i) elasticidade preço da

procura de museus diferente de 0 e negativa; e, ii) elasticidade preço-cruzada da procura diferente de 0 e positiva, existindo substituição entre a visita em horário regular e em horário gratuito.

## Capítulo 4. Caracterização dos dados

Neste estudo utilizam-se dados provenientes de diferentes fontes. A informação sobre os visitantes é oriunda das estatísticas da DGPC, utilizadas no capítulo anterior, e a restante informação é proveniente dos inquéritos anuais ou estimativas do INE, assim como originária de fontes diversas (contacto eletrónico e telefónico).

O quadro seguinte (**Quadro 2**) descreve de forma mais completa quais as fontes de informação para cada variável, assim como a amplitude temporal e a descrição sobre a informação.

**Quadro 2. Fontes de informação**

Variável	Fonte	Anos	Descrição da variável
Visitantes (número)	Estatísticas de Visitantes, Direção Geral do Património Cultural	2002-2011	A informação foi segmentada pelas seguintes tipologias de visitantes: visitantes que adquiriram bilhete normal de nacionalidade nacional, visitantes que adquiriram bilhete normal de nacionalidade estrangeira, visitantes com idade inferior a 15 anos de origem nacional, visitantes com idade inferior a 15 anos de origem estrangeira, visitantes que adquiriram bilhete reduzido através de apresentação de Cartão Jovem, visitantes que adquiriram a bilhética sénior de origem nacional, visitantes que adquiriram a bilhética sénior de origem estrangeira, visitantes gratuitos via ingresso ao domingo/feriado de origem nacional, visitantes gratuitos via ingresso ao domingo/feriado de origem estrangeira, visitantes livres – outros ingressos sem tipologia – de origem nacional, visitantes livres – outros ingressos gratuitos sem tipologia – de origem estrangeira, visitantes escolares de origem nacional, visitantes escolares de origem estrangeira, visitantes com ingresso gratuito por pertencerem a uma Associação de Amigos, Instituto dos Museus e da Conservação e Direção Geral do Património ou mecenas de origem estrangeira e nacional.



Variável	Fonte	Anos	Descrição da variável
Preço de ingresso (euros, preços constantes)	Direção Geral do Património Cultural	2002-2011	A informação dos preços de ingresso foi obtida através da Direção Geral do Património Cultural. Considera-se o preço, em euros, para a categoria de bilhete normal. Existem, em regra, três níveis de preços: preço reduzido, intermédio e elevado. Esses níveis de preço foram sofrendo atualizações quer devido a ajustamentos ao nível geral de preços, quer por transferência de nível ao longo do período de análise. Por fim, a informação é veiculada através de Lei, Decreto-lei ou Despacho.
Ganho médio mensal (euros, preços constantes)	Quadros de Pessoal, Ministério do Trabalho e da Segurança Social	2002-2011	A informação foi disponibilizada pelo Gabinete de Estudos e Estatísticas do Ministério do Trabalho e da Segurança Social ao nível das NUTS III uma vez que se considera o mercado relevante dos organismos museológicos como superior ao do concelho que circunscreve o museu.
Idade (%)	Estimativas Anuais da População Residente, Instituto Nacional de Estatística	2002-2011	Proporção estimada da população com idade inferior a 15 anos e proporção estimada da população com idade superior a 64 anos, no distrito em que se localiza o museu.
Ensino Superior (%)	Inquérito ao Emprego, Instituto Nacional de Estatística	2002-2011	Proporção da população residente com idade inferior a 65 anos e superior a 24 anos com ensino superior. A informação existente corresponde ao nível da NUTS II.
Exposições (número)	Inquérito às Galerias de Arte e Outros Espaços de Exposições Temporárias,	2002-2011	A informação estatística corresponde é ao nível da NUTS III.

Variável	Fonte	Anos	Descrição da variável
	Instituto Nacional de Estatística		
Espetáculos ao vivo	Inquérito aos Espetáculos ao Vivo, Instituto Nacional de Estatística	2002-2011	A informação está definida ao nível da NUTS III.
Encerrados parcialmente	Fonte diversa	2002-2011	Numa primeira fase, a Direção Geral do Património Cultural sinalizou os anos em que os museus teriam estado encerrados por motivo de obras de remodelação, conservação ou ampliação. Posteriormente, confirmou-se essa informação telefonicamente e, nos casos em que não se obteve a confirmação por telefone, contactou-se eletronicamente.
Exposições Temporárias	Fonte diversa	2002-2011	As exposições temporárias foram detetadas através dos Relatórios de Atividades (IMC, 2007, 2008, 2009, 2010; DGPC, 2012). Adicionalmente, foram também confirmadas telefonicamente ou por contacto eletrónico. A variável <i>dummy</i> assume valor igual a um no ano em que o museu em causa organizou uma exposição que se considera ter relevância do ponto de vista da crítica ou comunicação (por exemplo, <i>Grandes Mestres da Pintura</i> no Museu Nacional de Arte Antiga).
Ano de reabertura	Fonte diversa	2002-2011	O ano de reabertura foi obtido através de informações em linha, quer no próprio sítio oficial, quer através de notícias de jornais. Posteriormente confirmou-se essa informação via contacto eletrónico ou telefónico. A variável assume o valor de 1 no ano de reabertura.

Variável	Fonte	Anos	Descrição da variável
Idade do Museu	Fonte diversa	2002-2011	A informação sobre a data de abertura ao público e de fundação, no caso de não existir a primeira informação. Foi obtida diretamente junto de cada um dos museus.

Ao nível da política de preços de acesso aos museus sob alçada da DGPC, existe gratuidade para crianças até aos quinze anos de idade, visitantes escolares, visitantes que integram a Associação de Amigos do Museu, trabalhadores do IPM/IMC/DGPC e membros da APOM, informação do Despacho n.º 9104, de 6 de maio de 2004. Adicionalmente, os detentores de Cartão Jovem e os visitantes com idade superior a 64 anos têm direito a um desconto de 50%. É com base nestas diferentes tipologias que são elaboradas as estatísticas que vão servir de base ao estudo microeconómico.

No período de análise, ou seja, entre 2002 e 2011, o preço médio de acesso a cada um dos museus sob investigação aumentou 50%, sendo que o preço pago pelo visitante nunca foi superior a 5 euros. Entre 2002 e 2007, assistiu-se a uma estabilidade nos preços de acesso dos museus, salvo algumas atualizações pontuais, como a que aconteceu nos museus de Aveiro e Alberto Sampaio (preço alterou de euro e meio para dois euros, em 2004). No ano de 2008 houve uma alteração mais profunda na tabela de preços. Nessa atualização, os visitantes sentiram um aumento de preços, de dois euros para três euros, os visitantes na Casa-museu Anastácio Gonçalves e no Museu Alberto Sampaio. Por sua vez, o Museu do Chiado, o Grão-Vasco, o Museu Monográfico de Coimbra, de Arqueologia, de Arte Antiga, de Azulejo, dos Coches, o Museu Soares dos Reis e o Machado de Castro praticaram um preço de quatro euros a partir deste ano, resultando num aumento de um euro face ao que era praticado. No ano de 2010, foi a vez do Museu de Aveiro, após um período de reabilitação, sofrer uma atualização no preço de dois para quatro euros. O mesmo aconteceu com o Museu de José Malhoa, mas o preço situou-se nos três euros. Já os visitantes do Museu de Évora começaram a pagar quatro euros, uma vez que o preço praticado até então era de três euros. As visitas aos museus de Arqueologia, de Arte Antiga, do Azulejo, o Museu Nacional Soares dos Reis, o Museu Machado de Castro e o Museu dos Coches passaram a ter um custo de cinco euros, em 2010.

O **Quadro 3** resume a informação relevante relativamente aos museus da amostra, que correspondem a aproximadamente 8% do total de museus contabilizados pelo INE. Da informação constante da tabela salienta-se a informação sobre o ano de abertura do museu, o nome e ano das exposições temporárias mais relevantes e informação sobre a duração dos encerramentos. Para além da diversidade na tipologia de museus, a diversidade e quantidade de coleções temporárias relevantes organizadas pelo museu, por um lado, e o número de anos em que os museus estiveram encerrados, por outro, atraem a atenção. Os museus Machado de Castro e Arte Popular estiveram encerrados totalmente durante quatro e seis anos, respetivamente.

**Quadro 3. Síntese da informação descritiva dos museus**

Museu	Tipologia	Encerrado durante o período de análise			Exposições temporárias relevantes	Ano de Abertura
		Informação	Início	Final		
Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves	Arte	Não			2008/2009: <i>Os Anos de Exílio da Rainha D. Amélia. Colecção Rémi Fénérol</i>	1980
Museu do Abade de Baçal	Arqueologia e Arte	Parcialmente	2005	2007	2007: <i>Caretos II</i>	1925
Museu de Alberto Sampaio	Arte	Não				1931
Museu de Aveiro	Arte	Parcialmente	2006	2008		1974
Museu dos Biscainhos	Arte	Não				1978
Museu de Cerâmica	Especializado	Não				1983
Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado	Arte	Não			2006: <i>O Olhar Fauve na Coleção do Musée des Beaux-Arts de Bordeaux</i> e <i>Pine Flat: Sharon Lockhart</i>  2007: <i>Columbano Bordalo Pinheiro e Coleção Centro Pompidou no Museu do Chiado</i>  2011: <i>Columbano Bordalo Pinheiro</i>	1911
Museu Dr. Joaquim Manso	Território	Não			2005: <i>Fotografia Nazaré na década de 80 (Festas da Nossa Senhora da Nazaré)</i>	1976
Museu de Évora	Arte e Arqueologia	Parcialmente	2003	2009	2011: <i>Primitivos Portugueses</i>	1915

Museu de Francisco Tavares Proença Júnior	Arqueologia	Não				1910
Museu Grão Vasco	Arte	Parcialmente	2001	2004	2006: <i>A luz como material plástico – Objetos específicos de luz e Pintar com luz</i>	1916
Museu da Guarda	Arte	Não			2004: <i>O espírito dos lugares - Cenários para um património Imaterial</i> 2010: <i>Carolina Beatriz Ângelo</i>	1940
Museu de José Malhoa	Arte	Parcialmente	2007	2008	2005: <i>Malhoa e Bordalo: confluências de uma geração</i>	1934
Museu de Lamego	Arte	Não				1918
Museu Monográfico de Conímbriga	Arqueologia	Não				1962
Museu da Música	Especializado	Não				1994
Museu de Arqueologia	Arqueologia	Não			2004: <i>TESOUROS DA CHINA. As 100 maiores descobertas arqueológicas no século XX</i> 2007: <i>Vasos Gregos em Portugal - Aquém das Colunas de Hércules</i> 2008: <i>O Ouro Tradicional de Viana do Castelo. Da Pré-História à Atualidade e SIT TIBI TERRA LEVIS: Rituais funerários romanos e paleocristãos em Portugal</i>	1893
Museu Nacional de Arte Antiga	Arte	Não			2006: <i>Grandes Mestres da Pintura</i> 2009: <i>Encopassing the globe</i>	1884
Museu Nacional do Azulejo	Especializado	Não				1965
Museu Nacional dos Coches	Especializado	Não			2006: <i>Lisboa há 6 anos</i>	1905

					2007: <i>D. Amélia, uma Rainha um Museu</i> 2010: <i>Os Carrinhos de Passeio dos Pequenos Príncipes</i>	
Museu Nacional de Etnologia	Etnologia e Antropologia	Não			2007: <i>Pinturas Cantadas: arte e performance das mulheres de Naya</i>	1965
Museu Nacional Soares dos Reis	Arte	Não			2007: <i>Gerardo Rueda, Pintura. Exposição antológica</i> 2010: <i>Exuberâncias da Caixa Preta - a propósito d' A Expressão das Emoções nos Homens e nos Animais</i>	1883
Museu Nacional do Teatro	Especializado	Não			2004: <i>Novas aquisições, novas doações: Nuno-Côrte Real e José de Guimarães</i> 2006: <i>Viriato rey. Castanheira : pinturas</i> 2009: <i>(2009-12) Vozes líricas do século XX</i>	1982
Museu Nacional do Traje	Especializado	Não			2006: <i>Trajes para Dona Inês</i>	1976
Museu de Terras de Miranda	Território	Não				1982
Museu de Arte Popular	Arte	Integralmente entre 2004 e 2010	2003	2010		1948
Museu Nacional Machado de Castro	Arte	Integralmente entre 2004 e 2008	2004	2011	2010: <i>Museu s. m. e Mestre Pêro - O escultor da Rainha</i>	1911
Museu D. Diogo de Sousa	Arqueologia	Não				2007

## Capítulo 5. Determinantes da procura dos museus da Direção Geral do Património Cultural

### 5.1. Metodologia

O método utilizado é o de efeitos fixos aplicado a dados em painel uma vez que a principal característica, e uma das que faz dele um método muito utilizado nos estudos microeconómicos e macroeconómicos, é a sua capacidade de reconhecer a heterogeneidade individual, controlando não apenas as características não observadas dos indivíduos (heterogeneidade observada), mas também para as características observadas que não variam ao longo do tempo (heterogeneidade não observada). Isto é, o modelo para dados em painel decompõe o erro ( $e_{ti}$ ) em duas componentes, o erro idiossincrático ( $v_{ti}$ ) comum nos modelos econométricos e por um efeito fixo não observado ( $c_i$ ) que não varia no tempo ( $t$ ), mas que pode variar em cada unidade seccional ( $i$ ):

$$(5.1.) \quad e_{ti} = c_i + v_{ti}$$

O modelo escreve-se da seguinte forma:

$$(5.2.) \quad y_{ti} = \alpha + \beta_1 x_{1ti} + \dots + \beta_k x_{kti} + c_i + v_{ti}$$

Em cada unidade seccional, por cada unidade de tempo, existe uma variável dependente ( $y_{ti}$ ) que é explicada em função de uma variável constante  $\alpha$ , de um conjunto de variáveis independentes ( $x_{kti}$ ) que têm associadas a si um parâmetro ( $\beta_k$ ), que correspondem aos coeficientes a estimar.

No **Quadro 4** definem-se as variáveis incluídas no modelo, sendo útil para a descrição da equação que está na origem das regressões estimadas. Foram estimadas regressões para diferentes variáveis dependentes que traduzem o número de visitantes dos museus. Em primeiro lugar, estimou-se uma regressão em que a variável dependente consiste na totalidade de visitantes que comprou bilhete – bilhetes a preço normal ou bilhetes com desconto. Seguidamente, fez-se o mesmo exercício, mas considerando os visitantes em cada tipologia isoladamente. Seguindo a mesma lógica, considera-se como variável dependente o número de visitantes isentos de qualquer pagamento (visitantes livres,



escolares, domingo/feriado e outras isenções específicas) e depois estima-se a mesma regressão para a tipologia de visitantes escolares e ao domingo/feriado, assim como a totalidade de visitantes isentos de pagamento (com e sem a exceção dos visitantes livres) e a totalidade de visitantes com exceção dos visitantes que visitam o museu via aquisição do bilhete a preço normal, o que chamamos a regressão cruzada pois permite analisar a elasticidade preço-cruzado da procura. Adicionalmente, estima-se uma regressão que explica a importância das variáveis independentes nos visitantes dos museus que detêm tesouros nacionais (na totalidade dos visitantes que pagam bilhete – normal ou com desconto – e dos que estão isentos do pagamento, com exceção dos visitantes livres). A análise considera numa primeira fase os visitantes totais, independentemente da nacionalidade. Seguidamente, realiza-se o mesmo exercício, mas considerando apenas os visitantes nacionais.

**Quadro 4. Definição das variáveis**

Variável	Designação
$V_y$	Número de visitantes. O $y$ simboliza as diferentes tipologias de bilhética consideradas: pagos (I), pagos nacionais (XI), pagos nos museus com tesouros nacionais (II), bilhetes normais (III), bilhetes normais de origem nacional (XII), reformados (IV), reformados nacionais (XIII), cartão jovem (XIV), cruzado (V), cruzado nacional (XV), domingo/feriado (VI), domingo/feriado de nacionalidade portuguesa (XVI), gratuitos (VI), escolares (VII), gratuitos nacionais (XVII), gratuitos exceto livre (VIX), gratuitos exceto livre de origem nacional (XIX) e gratuitos exceto livre nos museus com tesouros nacionais (X)
P	Preço de ingresso atualizado para preços constantes (ano base=2012)
Rend	Ganho médio mensal dos trabalhadores por conta de outrem atualizado para ganho real (ano base=2012) na NUTS III em que o museu se situa
C	Proporção de indivíduos com idade inferior a 15 anos no distrito em que museu se insere
S	Proporção de indivíduos com idade superior a 64 anos no distrito em que o museu se insere
ES	Proporção de indivíduos, com idade superior a 24 anos e inferior a 65 anos, com curso superior, na NUTS II do concelho em que o museu se situa
E	Variável <i>dummy</i> que assume o valor de 1 no caso do museu estar parcialmente encerrado e 0 quando está integralmente aberto ao público
ET	Variável <i>dummy</i> que assume o valor de 1 no caso do museu ter recebido uma importante exposição temporária e 0 quando organiza as restantes exposições temporárias
R	Variável <i>dummy</i> que assume o valor de 1 no ano em que o museu reabriu após encerramento total ou parcial e 0 para os restantes anos
AN	Idade dos museus
<i>Exp</i>	Número de exposições realizadas na NUTS III em que o museu se situa
<i>Esp</i>	Número de espetáculos ao vivo realizados na NUTS III em que o museu se situa

Note-se que algumas variáveis não apresentam significância estatística em determinada regressão, isto é, não é possível rejeitar a hipótese da variável em questão não ter impacto sobre a variável dependente segundo a qual, em linguagem econométrica, não é possível recusar a hipótese nula em que o coeficiente respetivo assumiria o valor de zero (*t-statistic* observada está fora do intervalo de rejeição da hipótese nula). A informação sobre a significância estatística está sinalizada em cada uma das estimativas.

As estatísticas descritivas para a amostra utilizada encontra-se no quadro seguinte (**Quadro 5**).

**Quadro 5. Descrição das variáveis**

Variável	Obs.	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
<b>Visitantes nacionais</b>					
Log(visitantes pagos)	258	7.829	1.018	4.174	10.872
Log(visitantes gratuitos, exceto livres)	260	9.210	0.976	5.464	11.220
<b>Visitantes totais</b>					
Log(visitantes pagos)	258	8.508	1.320	4.673	11.704
Log(visitantes gratuitos, exceto livres)	260	9.210	0.976	5.464	11.220
Log(preço)	280	1.041	0.305	0.419	1.673
Log(rendimento)	280	6.978	0.248	6.639	7.316
% pop. com idade < 15 anos	280	0.151	0.016	0.107	0.191
% pop. com idade > 64 anos	280	0.191	0.040	0.122	0.284
% pop. com ensino superior	280	0.147	0.050	0.072	0.242
Encerrado	280	0.146	0.354	0	1
Exposição temporária	280	0.114	0.319	0	1
Ano de reabertura	280	0.025	0.156	0	1
Idade do museu	276	62.819	35.069	1	128
Log(exposições)	280	6.064	1.110	3.850	7.554
Log(espetáculos)	280	7.247	1.629	3.584	9.241

As regressões utilizadas são declinações da regressão seguinte:

$$\begin{aligned}
 (5.3.) \quad \text{Log}(V_{y,t,i}) = & \beta_1 + \beta_2 \text{Log}(P_{t,i}) + \beta_3 \text{Log}(\text{Rend}_{t,i}) + \beta_4 C_{t,i} + \beta_5 S_{t,i} + \\
 & \beta_6 ES_{t,i} + \beta_7 E_{t,i} + \beta_8 ET_{t,i} + \beta_9 AR_{t,i} + \beta_{10} AR_{t+1,i} + \beta_{11} AR_{t+2,i} + \beta_{12} AN_{t,i} + \\
 & \beta_{13} \text{Log}(Exp_{t,i}) + \beta_{14} \text{Log}(Esp_{t,i}) + v_{t,i}, \text{ onde } t = 2002, \dots, 2011 \text{ e } i = \\
 & 1, 2, \dots, 28
 \end{aligned}$$

Em primeiro lugar, serão apresentados os resultados em relação aos visitantes totais (em logaritmo) no **Quadro 6** e **Quadro 7**. Contudo, para os objetivos da dissertação, a análise em relação aos visitantes nacionais reveste-se de maior relevância, informação que consta no **Quadro 8** e **Quadro 9**.

## 5.2. Resultados

### 5.2.1. Visitantes totais

Os resultados alcançados comprovam a relação inversa existente entre o preço (atualizado a preços constantes) e o número de visitantes dos museus da amostra. Os coeficientes estimados para as variáveis preço, no que diz respeito aos bilhetes efetivamente vendidos - quer com desconto, quer a preço normal - apresentam valores que indiciam um reduzido impacto na quantidade procurada face a uma variação no preço. Em média, o aumento do preço em 1% resulta numa redução de visitantes (que adquirem bilhete) na ordem dos 0.4%, *ceteris paribus*.

A elasticidade-preço da procura é maior no caso dos museus com tesouros nacionais. A regressão que traduz o *cluster* dos museus que apresenta tesouros nacionais permite estimar uma elasticidade-preço da procura de 0.8.

O efeito de uma variação no preço dos bilhetes adquiridos sobre o número de visitantes que estão isentos de pagamento também determina a relevância do preço como determinante da procura. Quando se analisam os visitantes cuja entrada não foi paga, observa-se uma relação positiva com o preço. Isto é, ao mesmo tempo em que se observam variações positivas no preço, também se observam variações positivas na procura de museus nas tipologias de visita gratuitas, nomeadamente a visita ao museu em horário gratuito (domingos e feriados). Em média, o aumento do preço em 1% resulta num aumento da procura de bilhetes de ingresso gratuitos na ordem dos 0.7%. Em particular, no caso dos visitantes ao domingo ou feriado, o aumento do preço em 1% tem um impacto médio de 0.5%, *ceteris paribus*.

Os resultados indicam que o nível de rendimento (medido pelo ganho médio salarial da região) não afeta significativamente o número de visitantes das diferentes tipologias. A exceção refere-se apenas ao número de visitantes escolares, caso em que se verifica que o aumento do rendimento tem um efeito positivo no aumento do número de visitantes a um nível de significância de 5%.

Os resultados que dizem respeito às características dos museus são estatisticamente significativos aos níveis convencionais. A existência de uma exposição temporária de

grande relevância tem um efeito positivo na procura na ordem dos 35%, em média, e é positiva em todas as tipologias. Adicionalmente, após um período de encerramento, em alguns casos até longo como o que aconteceu no Museu de Arte Popular, o efeito da reabertura do museu assume o coeficiente 0.5. O encerramento parcial do museu para requalificação tem um impacto negativo no número de visitantes. Em média, um museu com encerramento parcial observa uma redução na quantidade procurada de 50% face a um período em que está a funcionar normalmente, tudo o resto constante. Por fim, a idade do museu assume particular importância no número de visitantes que não pagam bilhete e escolhem museus com tesouros nacionais.

Em relação às características demográficas, existe uma relação negativa entre a proporção da população com idade inferior a 15 anos existentes na região e o número de visitantes, mas também existe um impacto negativo do reforço da população com idade superior a 64 anos e a quantidade procurada de museus. Pelo contrário, o aumento de diplomados na região tem resultado num aumento do número de visitantes. Em média, o aumento de 1% na proporção da população com ensino superior na região tem um impacto de 7% no número de visitantes que adquirem bilhete normal, *ceteris paribus*.

Por fim, foram adicionadas duas variáveis com o objetivo de analisar a relação do número de visitantes dos museus com a disponibilidade de outros serviços culturais na região, sejam complementares (exposições em galerias de arte ou espaços similares) ou substitutos (espetáculos performativos). O aumento do número de exposições na região traduz-se, em média, no aumento da procura de museus. Em particular, o aumento do número de exposições e de espetáculos em 1% resulta no aumento médio do número de visitantes (exceto os que adquiram bilhete a preço normal) de aproximadamente 0.7% e 0.3%, respetivamente, *ceteris paribus*.

**Quadro 6. Resultados da estimação econométrica de origem agregada por variável dependente (bilhetes pagos)**

Variáveis	I Log(visitantes c/ bilhete <u>pago</u> )	II Log(visitantes c/ bilhete <u>pago</u> - apenas museus c/ <u>tesouros</u> <u>nacionais</u> )	III Log(visitantes que adquiram bilhete <u>normal</u> )	IV Log(visitantes que adquiram bilhete de <u>reformado</u> )
Constante	8.208 (0.63)	2.165 (0.11)	15.165 (1.51)	-0.467 (-0.03)
Log(preço)	-0.377*** (-1.88)	-0.802** (-2.29)	-0.258 (-1.31)	-0.539*** (-1.99)
Log(rendimento)	0.056 (0.03)	0.563 (0.24)	-0.950 (-0.76)	0.734 (0.27)
% pop. < 15	-6.391 (-0.58)	-3.929 (-0.18)	-3.720 (-0.35)	-10.505 (-0.66)
% pop. > 64	-5.075 (-0.55)	-6.640 (-0.20)	-6.006 (-0.82)	8.699 (0.47)
% pop. c/ ensino superior	6.505*** (1.86)	11.237 (1.11)	6.908** (2.40)	3.324 (0.45)
Encerrado	-0.677** (-2.06)		-0.608** (-2.08)	-1.003** (-2.33)
Exposição Temporária	0.347* (4.39)	0.328** (2.39)	0.297* (3.62)	0.555* (5.74)
Reabertura (t)	0.524** (2.55)		0.569* (4.09)	0.210 (0.49)
Reabertura (t+1)	0.253** (2.68)		0.273** (2.31)	0.196* (3.28)
Reabertura (t+2)	-0.028 (-0.31)		-0.033 (-0.39)	-0.140 (-1.17)
Idade do museu	-0.004 (-1.02)	0.014 (0.32)	-0.005 (-1.44)	-0.001 (-0.03)
Log(exposições)	0.144 (0.67)	0.148 (0.61)	0.083 (0.38)	0.398 (1.10)
Log(espetáculos)	0.091 (1.18)	0.205 (0.74)	0.056 (0.56)	-0.002 (-0.01)
N	208	67	209	208
*	Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 1%			
**	Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 5%			
***	Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 10%			
Nota:	Estatística <i>t-student</i> entre parênteses			

**Quadro 7. Resultados da estimação econométrica por variável dependente (ingresso gratuito)**

Variáveis	V	VI	VII	VIII	IX	X
	Log(visitan- tes que não adquiriram bilhete normal – <u>cruzado</u> )	Log(visita- ntes( <u>domin</u> <u>go/</u> <u>feriado</u> )	Log(visita- ntes <u>escolares</u> )	Log(total de visitantes <u>gratuitos</u> )	Log(total de visitantes gratuitos - <u>exceto</u> <u>livre</u> )	Log(total de visitantes gratuitos exceto livre c/ <u>tesouros</u> <u>nacionais</u> )
Constante	11.266 (1.36)	13.762 (1.25)	-9.308 (-1.18)	4.919 (0.52)	3.979 (0.50)	9.267 (1.52)
Log(preço)	0.262 (1.18)	0.459 (1.63)	0.579** (2.18)	0.678* (2.88)	0.651* (2.84)	0.450 (1.52)
Log(rendimento)	-0.587 (-0.46)	-0.907 (-0.54)	2.389** (2.11)	0.345 (0.25)	0.422 (0.35)	-0.615 (-0.42)
% pop. < 15	-20.350* (-3.82)	-13.399 (-1.03)	11.628 (1.58)	-22.308* (-4.24)	2.603 (0.31)	-13.407** (-2.52)
% pop. > 64	-11.525 (-1.12)	-10.175 (-0.72)	-33.795* (-3.72)	-6.607 (-0.87)	-21.374** (-2.11)	-62.302* (-8.57)
% pop. c/ ensino superior	8.241*** (1.93)	5.913 (1.02)	10.332* (3.10)	7.372** (2.34)	7.028 (1.69)	7.862 (1.47)
Encerrado	-0.870** (-2.55)	-1.000* (-3.57)	-0.811** (-2.33)	-0.928* (-3.32)	-0.868* (-3.24)	
Exposição Temporária	0.255* (4.51)	0.206** (2.44)	0.340* (4.54)	0.254* (3.59)	0.277* (4.00)	0.217** (3.22)
Reabertura (t)	0.252 (0.86)	0.464 (1.51)	0.529*** (1.85)	0.229 (0.88)	0.506** (1.92)	
Reabertura (t+1)	-0.241** (-2.43)	-0.062 (-0.27)	-0.039 (-0.37)	-0.322** (-2.65)	-0.100 (-0.64)	
Reabertura (t+2)	-0.163 (-1.06)	-0.028 (-0.20)	-0.004 (-0.04)	-0.168 (-0.87)	-0.046 (-0.34)	
Idade do museu	-0.002 (-0.39)	0.005 (0.59)	-0.005 (-0.87)	-0.005 (-0.97)	0.001 (0.11)	0.165* (3.63)
Log(exposições)	0.701* (2.80)	0.470 (1.54)	0.548** (2.57)	0.671** (2.53)	0.634** (2.67)	0.167 (1.10)
Log(espetáculos)	0.346* (2.76)	0.021 (0.11)	0.100 (0.62)	0.206 (1.62)	0.064 (0.46)	0.023 (0.17)
N	210	208	210	208	2009	67

\*  
\*\*  
\*\*\*  
Nota:

Coefficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 1%  
 Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 5%  
 Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 10%  
 Estatística *t-student* entre parênteses

### 5.2.2. Visitantes nacionais

Fez-se o mesmo exercício da subsecção precedente, mas isolando os visitantes de origem nacional. Os resultados apresentados denotam algumas diferenças.

Ao nível do preço, mantém-se a relação inversa com o número de visitantes. Perante o aumento do preço em 1%, o número de visitantes nacionais que adquiriram bilhete diminuirá, em média, aproximadamente 0.4%, *ceteris paribus*. A elasticidade-preço procura é, então, de 0.4. Contudo, no caso dos visitantes com mais de 64 anos, a elasticidade-preço da procura é de 0.7. De qualquer forma, independentemente do valor que assume em função da tipologia de visitantes, o resultado indica uma reduzida elasticidade-preço da procura.

O preço também é um determinante na tipologia de visitantes que usufruem de desconto via Cartão Jovem. Contudo, o sinal é positivo, o que contraria as restantes tipologias pagas, mas pode indiciar substituição entre categorias.

Comparativamente com os resultados apresentados anteriormente, verifica-se que não existem diferenças assinaláveis entre a elasticidade-preço da procura dos visitantes estrangeiros e visitantes nacionais, com exceção dos visitantes reformados, onde os nacionais apresentam-se mais sensíveis a uma variação no preço.

Os resultados apresentados confirmam o preço como um determinante da procura de museus, mas o impacto do aumento do preço no número de indivíduos que procura o museu em horário gratuito reforça essa tese. Em média, o número de visitantes aumenta 0.6% quando o preço sofre uma variação positiva de 1%, *ceteris paribus*.

A elasticidade-rendimento não se afigura, em geral, significativamente diferente de zero, sendo que a única exceção refere-se ao caso dos visitantes escolares.

Como já analisamos, alguns museus estiveram encerrados parcialmente durante vários anos e isso resultou num impacto negativo e significativo no número de visitantes que o museu recebeu. Em média, os museus encerrados parcialmente viram uma redução no número de visitantes pagos de aproximadamente 50%, *ceteris paribus*. Adicionalmente, após esse período de encerramento, os museus beneficiaram de um suplemento de interesse por parte dos visitantes nacionais. Em conformidade com os resultados



apresentados na secção anterior, a reabertura apresenta um incremento no número de visitantes no próprio ano e no ano seguinte, em alguns casos. O número de visitantes que adquiriram bilhete aumentou 82% e 35%, em média, em resultado da reabertura no próprio ano e no ano seguinte, respetivamente, após um período de encerramento parcial ou total por motivo de requalificação.

No período de análise, entre 2002 e 2011, a existência de uma exposição temporária de relevo, induziu o número de visitantes nacionais pagos e gratuitos (exceto livre) em média 65% e 35%, respetivamente, a um nível de significância de 5%, *ceteris paribus*. Tal como acontecia com os visitantes totais, os visitantes com idade superior a 64 anos concedem maior atenção às exposições temporárias uma vez que, em média, o número de visitantes desta faixa etária duplica aquando da organização de uma exposição temporária relevante, *ceteris paribus*.

As variáveis demográficas assumem a mesma tendência revelada na secção anterior, tanto a nível de significância estatística como na relação com a variação do número de visitantes. Mesmo assim, é possível afirmar que, em média, o aumento em 1% na proporção de indivíduos com idade superior a 64 anos no total da população tem um impacto negativo no número de visitantes que adquire bilhete na ordem dos 2%. Por sua vez, o aumento da proporção de indivíduos com idade inferior a 15 anos no total da população tem um impacto negativo no número de visitantes que visita o museu em horário gratuito. Os resultados indiciam que quanto menor a proporção de indivíduos com idade inferior a 65 anos e superior a 15 anos na região, menos visitas recebe o museu, existindo um impacto negativo dos grupos etários de idade mais reduzida e mais elevada, com a devida exceção para as tipologias de visitantes mais relacionadas com a sua faixa etária.

A escolarização da população da região onde o museu se situa parece ser um determinante muito relevante da procura de museus. Em média, o aumento em 1% da proporção de diplomados na região, traduz-se num reforço de 7% no número de visitas que o museu recebe via aquisição de bilhete (a preço normal), mas também tem um impacto muito significativo (7%) no número de visitantes que não adquirem bilhete, *ceteris paribus*.

Por fim, os resultados das variáveis que procuram analisar o contributo da oferta de alternativas culturais são contraditórios. Por um lado, o aumento do número de exposições em galerias de arte assume um impacto negativo no número de visitantes mais jovens (que adquirem bilhete com desconto de Cartão Jovem), mas um impacto positivo nos visitantes do museu isentos do pagamento de bilhete, nomeadamente os que o visitam em horário gratuito. Ainda assim, na generalidade, o aumento do número de exposições e de espetáculos de artes performativas, na região, resultam num impacto positivo na procura dos museus, mas as variáveis não assumem coeficientes com significância estatística suficientemente robusta para uma leitura aprofundada e conclusiva dos resultados.

**Quadro 8. Resultados da estimação econométrica de origem nacional por variável dependente (bilhetes pagos)**

Variáveis	XI Log(visitantes com bilhete pago)	XII Log(visitantes que adquiram bilhete <u>normal</u> )	XIII Log(visitantes que adquiram bilhetes de <u>reformado</u> )	XIV Log(visitantes que adquiram bilhetes com <u>Cartão Jovem</u> )
Constante	9.307 (0.69)	16.324 (1.38)	0.200 (0.01)	28.267 (1.16)
Log(preço)	-0.430*** (-1.76)	-0.328 (-1.39)	-0.691** (-2.05)	0.663 (1.47)
Log(rendimento)	-0.098 (-0.05)	-1.208 (-0.83)	0.888 (0.33)	-0.065 (-0.02)
% pop. < 15	-7.405 (-0.57)	-3.932 (-0.30)	-17.413 (-0.98)	-8.161 (-0.40)
% pop. > 64	-2.016 (-0.22)	-4.868 (-0.63)	14.198 (0.74)	-50.838*** (-1.92)
% pop. c/ ensino superior	6.034*** (1.80)	6.540** (2.15)	2.705 (0.36)	30.736** (2.69)
Encerrado	-0.675** (-2.10)	-0.606** (-2.10)	-1.037** (-2.58)	-1.041* (-3.00)
Exposição Temporária	0.472* (3.71)	0.425* (3.09)	0.669* (4.97)	0.243** (2.01)
Reabertura (t)	0.646* (3.44)	0.703* (5.68)	0.335 (0.84)	0.534 (0.89)
Reabertura (t+1)	0.350* (2.93)	0.390** (2.53)	0.310* (3.91)	-0.244 (-0.65)
Reabertura (t+2)	-0.029 (-0.27)	0.014 (0.11)	-0.208*** (-1.73)	-0.641*** (-1.85)
Idade do museu	-0.004 (-1.02)	-0.004 (-0.99)	-0.004 (-0.23)	-0.042 (-1.12)
Log(exposições)	-0.011 (-0.04)	0.038 (0.15)	0.142 (0.34)	-1.675* (-2.96)
Log(espetáculos)	0.078 (0.86)	0.063 (0.53)	-0.057 (-0.26)	-0.720 (-1.42)
N	208	209	208	205

\*  
\*\*  
\*\*\*  
Nota:

Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 1%  
Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 5%  
Coeficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 10%  
Estatística *t-student* entre parênteses

**Quadro 9. Resultados da estimação econométrica de origem nacional por variável dependente (ingresso gratuito)**

Variáveis	XV Log(visitan- tes que não adquiriram bilhete normal – <u>cruzado</u> )	XVI Log(visi- tantes de <u>domingo/ feriado</u> )	XVII Log(visi- tantes <u>escolares</u> )	XVIII Log(visi- tantes c/ entrada <u>gratuita</u> )	XIX Log(visi- tantes c/ entrada gratuita exceto livres)
Constante	15.427 (1.56)	27.799** (2.23)	-8.240 (-1.07)	4.061 (0.42)	3.979 (0.50)
Log(preço)	0.397*** (1.82)	0.588** (2.15)	0.562** (2.12)	0.793* (3.27)	0.651* (2.84)
Log(rendimento)	-0.382 (-0.33)	-1.819 (-0.95)	2.226*** (2.02)	0.179 (0.13)	0.422 (0.35)
% pop. < 15	-35.292** (-2.24)	-42.209** (-2.58)	11.136 (1.49)	-17.144* (-2.80)	2.603 (0.31)
% pop. > 64	-27.413** (-2.60)	-21.844 (-1.62)	-33.112* (-3.66)	-3.687 (-0.53)	-21.374** (-2.11)
% pop. c/ ensino superior	9.667** (2.72)	4.117 (0.90)	10.562* (3.16)	7.323** (2.48)	7.028 (1.69)
Encerrado	-0.861** (-2.35)	-1.016* (-4.06)	-0.813** (-2.35)	-0.946* (-3.31)	-0.868* (-3.24)
Exposição Temporária	0.277* (4.23)	0.222** (2.42)	0.335* (4.35)	0.267* (3.43)	0.277* (4.00)
Reabertura (t)	0.254 (0.90)	0.513** (2.09)	0.536*** (1.87)	0.255 (0.96)	0.506*** (1.92)
Reabertura (t+1)	-0.273* (-3.35)	-0.056 (-0.26)	-0.040 (-0.38)	-0.344* (-2.97)	-0.100 (-0.64)
Reabertura (t+2)	-0.219 (-1.27)	-0.072 (-0.52)	-0.007 (-0.06)	-0.183 (-0.91)	-0.046 (-0.34)
Idade do museu	-0.008 (-1.30)	0.000* (0.03)	-0.005 (-0.89)	-0.005 (-0.96)	0.001 (0.11)
Log(exposições)	0.578** (2.05)	0.178 (0.47)	0.532** (2.52)	0.710** (2.66)	0.634** (2.67)
Log(espétáculos)	0.192 (1.26)	-0.109 (-0.59)	0.106 (0.65)	0.222 (1.65)	0.064 (0.46)
N	210	208	210	210	209

\*  
\*\*  
\*\*\*  
Nota:

Coefficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 1%  
Coefficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 5%  
Coefficiente estatisticamente significativo a um nível de significância de 10%  
Estatística *t-student* entre parênteses

## **Síntese e conclusões**

Este estudo tomou como ponto de partida a análise das estatísticas dos visitantes sob tutela da DGPC com o objetivo de estimar a elasticidade-preço da procura de museus, assim como estudar os restantes determinantes da procura de museus através de várias estimações, que assumem como variável dependente os logaritmos desses visitantes em função de diversas tipologias e as variáveis explicativas decorrem de fonte diversificada, utilizando uma dimensão temporal de dez anos, entre 2002 e 2011. Este capítulo permitirá sintetizar os principais pontos deste estudo e identificar as principais conclusões acerca dos resultados.

A análise das estatísticas de visitantes permitiu concluir que os visitantes nacionais continuam a contribuir de forma assinalável para o crescimento da procura dos museus, nomeadamente a categoria de visitantes livres. Esta tipologia é responsável, em larga medida, pelo crescimento do número de visitantes. Isto significa que os eventos não diretamente relacionados com a visita ao museu têm ganho maior relevância do que os ingressos com o objetivo de visitar o acervo do museu. Estes resultados vão em linha de conta com a literatura existente (Barbosa e Brito, 2012; Laamanen e Sorjonen, 2014) uma vez que, de acordo com estes autores, não existe evidência de que os visitantes livres se tornem visitantes habituais do museu (os que adquirem bilhete), mesmo que a avaliação da visita seja positiva.

O aumento do número de visitantes que recorrem ao horário de isenção do preço de ingresso contrasta com a tendência de redução do número de visitantes que decide frequentar o museu em horário regular. Dada a atualização dos preços de ingresso que estes museus têm sido alvo, mas também ajustamento de nível de preços, estes resultados permitem indiciar duas coisas: i) elasticidade preço da procura de museus diferente de 0 e negativa; e, ii) elasticidade preço cruzada da procura diferente de 0 e positiva, existindo substituição entre a utilização de um serviço por outro. Estes indícios fortalecem a pertinência das questões subjacentes a este estudo.

Ao realizar-se a revisão bibliográfica verificou-se que a maioria das investigações relativamente aos determinantes da procura, em particular o rendimento e o preço, versavam sobre as artes performativas. Ainda assim, e relativamente aos museus, a

evidência empírica sugere que a procura dos museus depende, por um lado, negativamente do preço, do rendimento do agregado e da idade; e, por outro lado, varia positivamente com o número de membros das associações, da etnia, do valor da coleção do museu, da idade do museu e do número de horas que está aberto por semana (Luksetich e Partridge, 1997; Darnell *et al.*, 1998). Esta investigação chega a resultados convergentes com esses estudos anteriormente realizados.

No caso dos museus nacionais, as estimações realizadas permitem asseverar que o preço é um dos determinantes da procura de museus. Não só se confirma a relação inversa existente entre a variação do preço e a variação da quantidade procurada, como se alcança um valor da elasticidade-preço da procura de 0.4. Embora o valor seja superior aos resultados empíricos analisados na literatura, onde - dependendo do tipo de museu - um aumento de 1% do preço resultava numa redução da procura entre 0.12% e 0.26% (Luksetich e Partridge, 1997, Darnell *et al.*, 1998), a conclusão que é possível retirar é a mesma: em média, existe uma reduzida variação na quantidade procurada em resultado de uma variação no preço, *ceteris paribus*.

Se se considerar o ingresso em horário gratuito como uma substituição do ingresso em horário normal, é possível reforçar a tese de que o preço é um determinante da procura de museus. Em média, o aumento do preço em 1% traduz-se no reforço dos visitantes nacionais que não adquirem bilhete de 0.4%, sendo que só no horário gratuito o aumento chega a ser de 0.6%, *ceteris paribus*. Ora, o aumento do preço pode não significar que o indivíduo deixa de visitar o museu, pode é fazê-lo numa modalidade diferente, na qual não necessite de adquirir bilhete. Contudo, o preço afeta a decisão de consumo. Na literatura encontraram-se evidências de que existe um aumento de 65% dos visitantes em resultado de um dia com acesso gratuito em comparação com um dia em que o acesso é pago (Steiner, 1997).

A receita oriunda da bilheteira não é a única fonte de receita do museu, mas perante essa hipótese teórica, considere que a receita é calculada através do número de visitantes e do preço de acesso (quando este existe). Ao preço de 5€, 100 mil visitantes corresponderá a 500 mil euros. Perante um aumento de 1% do preço de acesso, o número de visitantes, de acordo com a elasticidade-preço da procura calculada, cairá para 99,6 mil visitantes, mas a receita acumulada, se tudo o resto se mantiver constante, aumentará para 503 mil euros.

Perante a hipótese de reduzida elasticidade-preço, comprova-se a possibilidade de se recorrer ao financiamento próprio através do aumento da receita via aumento do preço. Contudo, não só o preço não é o único determinante da procura de museus, como existem receitas oriundas dos serviços complementares como a livraria, a cafetaria ou a loja, que variam em função do número de visitantes (Parkhurst, 1975; Rosett, 1991; Steiner, 1997).

Quanto ao rendimento, embora não seja um resultado consensual, verifica-se uma relação negativa entre o número de visitas e o rendimento, tal pode dever-se ao aumento dos custos de oportunidade à medida que o rendimento aumenta, sendo mais forte o efeito substituição (Luksetich e Partridge, 1997; Frey, 2003; Frey e Meier, 2006). Os resultados deste estudo não são conclusivos, mas comprova-se a relação negativa entre o aumento do rendimento médio da região e o número de visitantes dos museus.

As exposições temporárias assumem uma função preponderante como determinante da procura dos museus uma vez que o efeito da variável é estatisticamente significativo e apresenta valor positivo em todas as tipologias. Este resultado vai ao encontro da literatura existente. Em primeiro lugar, os indivíduos têm a oportunidade de visitar exposições internacionais a um menor custo do que a sua visita no museu de origem (Frey, 2013). Em segundo lugar, a realização de uma exposição temporária relevante alavanca a notoriedade do museu, uma vez que demonstra capacidade para atrair e organizar exposições de grande alcance, mas também apresenta efeitos positivos do ponto de vista da comunicação já que a publicidade a uma exposição particular reforça a presença do museu nos circuitos de publicidade, nomeadamente na comunicação social (Bayart e Benghozi, 1993).

A análise das características dos museus permitiram analisar o efeito dos encerramentos parciais em virtude de requalificação, assim como o efeito da reabertura dos museus. Os museus encerrados parcialmente viram uma redução no número de visitantes pagos e gratuitos (exceto livre). Embora exista um interesse adicional por parte do público após um período de encerramento, a verdade é que esse efeito é inferior ao do encerramento no próprio ano de reabertura, mas prolonga-se para o período imediatamente seguinte, embora em menor escala, conseguindo recuperar o nível de visitas anteriores ao encerramento.

Este estudo respondeu aos objetivos propostos. Em suma, permitiu estimar a elasticidade da procura. Adicionalmente, através da estimação da equação da procura, chegou-se à conclusão que a mesma é afetada positivamente pelas exposições temporárias, pelas reaberturas após um longo período de encerramento, pela disponibilidade de serviços substitutos mais próximos - como o aumento do número de exposições – e pelo nível de qualificações da população da região em que o museu se encontra. Por outro lado, a procura de museus depende negativamente do preço e dos encerramentos parciais por motivos de requalificação.

Enquanto em Itália chegou-se à conclusão que existe uma relação positiva entre as exposições temporárias e o número de hóspedes (Di Lascio et al, 2011), neste trabalho a elasticidade-preço da procura dos museus por visitantes nacionais é praticamente igual à dos visitantes totais. O expectável seria os visitantes estrangeiros fossem (ainda) menos sensíveis ao preço porque esse custo corresponde a uma pequena parcela do custo total da experiência, seja o transporte, o alojamento ou as refeições (Steiner, 1996; Heilbrun e Gray, 2001), mas não é o que acontece.

Embora os resultados finais sejam, indo ao encontro das expectativas alicerçadas na literatura, a realidade é que a constituição da base estatística foi exaustiva. Em primeiro lugar, a homogeneização da dimensão estatística não foi alcançada, quer por inexistência de informação ao nível das NUTS III, quer por dimensão da amostra ser superior à informação recolhida. Adicionalmente, embora as questões e pedidos de informação tenham sido sempre respondidos, nem sempre o foram no momento desejável e na primeira tentativa. Em terceiro lugar e último, algumas variáveis têm variações muito reduzidas, quer ao nível da dimensão temporal, quer ao nível da unidade estatística regional, o que prejudica o alcance de resultados mais satisfatórios, nomeadamente nas variáveis demográficas.

Este foi o primeiro trabalho que se focou nos determinantes da procura de museus nacionais, por isso no futuro existem várias vias de estudo por forma a confirmar estes resultados, mas também investigar alguns fatores críticos que aqui foram enumerados, mas que não foram estudados em profundidade, nomeadamente o efeito do visitantes estrangeiros na procura de museus, a capacidade de alargamento de públicos auferida pelos eventos de grandes dimensões ou através do cada vez maior número de visitas aos



jardins/cafetarias/loja e a importância das exposições temporárias nos determinantes da procura de museus. Para além disso, o próprio estudo dos determinantes da procura merece um aprofundamento teórico para que sejam encontradas novas variáveis que tenham impacto no número de visitantes.

## Referências bibliográficas

- Abbé-Decarroux, F. (1994), “The perception of quality and the demand for services: empirical application to the performing arts”, *Journal of Economic Behaviour and Organization*, Vol. 23, N.º 1, pp. 99-107;
- Alderighi, M. e Lorenzini, E. (2012), “Cultural goods, cultivation of taste, satisfaction and increasing marginal utility during vacations”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 36, N.º 1, pp. 1-26;
- Anderson, R. (1998), “Is charging economic?”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 22, N.º 2/3, pp. 179-187;
- Ashley, R. (2012), *Fundamentals of Applied Econometrics*, Hoboken: Wiley;
- Bailey, S. e Falconer, P. (1998), “Charging for admission to museums and galleries: a framework for analysing the impact on access”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 22, N.º 2/3, pp. 1-12;
- Baltagi, B. (2001), *Econometric analysis of panel data*, 2ª edição, Chichester: John Wiley;
- Barbosa, B. e Brito, Q. (2012), “Do open day events develop art museum audiences?”, *Museum Management and Curatorship*, Vol. 27, N.º 1, pp. 17-33;
- Baumol, W. (1986), “Unnatural Value: or Art Investment or Floating Crap Game”, *American Economic Review*, Vol. 76, N.º 2, pp. 10-14;
- Bayart, D. e Benghozi, P. (1993), *Le tournant commercial des musées en France et à l'étranger*, La documentation Française: Paris;
- Borgonovi, F. e O'Hare, M. (2004), “The Impact of the National Endowment for the Arts in the United States: Institutional and Sectoral Effects on Private Funding”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 28, N.º 1, pp. 21-36;
- Brida, J., Disegna, M. e Scuderi, R. (2013), “Visitors of two types of museums: do expenditure patterns differ?”, *Tourism Economics*, Vol. 19, N.º 5, pp. 1027-1047;

- Brito, P. e Barros, C. (2005), “Learning-by-Consuming and the Dynamics of the Demand and Prices of Cultural Goods”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 28, N.º 2, pp. 83-106;
- Brooks, A. (1999), “Do Public Subsidies Leverage Private Philanthropy for the Arts? Empirical Evidence on Symphony”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 28, N.º 1, pp. 32-45;
- Brooks, A. (2003), “Do Government subsidies to nonprofit crowd-out donations or donors?”, *Public Finance Review*, Vol. 31, N.º 2, pp. 166-179;
- Brooks, A. (2006), “Nonprofit firms in the performing arts”, in V. Ginsburgh e D. Throsby (editores), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amesterdão: North Holland, pp. 473-506;
- Buchanan, J. M. (1965), “An Economic Theory of Clubs”, *Economica*, Vol. 32, N.º 125, pp. 1-14
- Carvalho, P., Costa, J., Carvalho, A. (2014), “The economic performance of portuguese museums”, *Urban Public Economics Review*, Vol. 20, pp. 12-37;
- Castro, V., Carballo-Cruz, F., Cerejeira, J., Cabral, M., Correia, I., Alexandre, F., Portela, M., Sousa, P., Gonçalves, A., Machado, J., Ribeiro, R., Silva, E., Fernandes, L., Silva, S., Ferreira, L. e Leal, D. (2013), *Guimarães 2012. Impactos Económicos e Sociais*, Braga: Universidade do Minho;
- Comissão Europeia (2006), *The Economy of Culture*, disponível no dia 2 de abril de 2015, em [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf);
- Cornes, R. e Sandler, T. (1984), “Easy riders, joint production, and public goods”, *The Economic Journal*, Vol. 94, N.º 375, pp. 580-598;
- Corning, J. e Levy, A. (2002), “Demand for Live Theater with Market Segmentation and Seasonality”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 26, N.º 3, pp. 217-235;
- Costa, J., Brito, P., Carvalho, A. e Carvalho, P. (2012), *Impacto Económico da Fundação de Serralves - Relatório Final*, Porto: Fundação de Serralves;

- Costa, P., Perestrelo, M. e Teixeira, G. (2014), “Visiting experiences and behavioural types in cultural audiences: an analysis of two museums in Lisbon”, artigo apresentado na *18th International Conference on Cultural Economics*, Universidade do Quebec, Montreal, 27.06.2014;
- Darnell, A (1998), “Some Simple Analytics of Access and Revenue Targets”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 22, N.º 2/3, pp. 189-196;
- Darnell, A., Johnson, P. e Thomas, B. (1998), “The demand for local museums: management issues and hard evidence”, *Local Government Studies*, Vol. 24, N.º 4, pp. 77-94;
- DGPC (2012), *Relatório de Atividades 2011*, Lisboa: Direção Geral do Património Cultural;
- Di Lascio, F., Giannerini, S., Scorcu, A. e Candela, G. (2011), “Cultural tourism and temporary art exhibitions in Italy: a panel data analysis”, *Statistical Methods and Applications*, V. 20, N.º 4, pp. 519-542;
- DiMaggio, P. (1985), “When the profit is quality: cultural institutions in the marketplace”, *Museum News*, Vol. 63, N.º 28-35;
- DiMaggio, P. (1991), “The museum and the Public”, in M. Feldstein (editor) *The Economics of Art Museums*, Chicago: University of Chicago Press; pp. 39-50;
- DiMaggio, P. e Stenberg, K. (1985), “Why do some theatres innovate more than others? An empirical analysis”, *Poetics*, Vol. 14, N.º 1/2, pp. 107-122;
- Doyle (2010), “Why culture attracts and resists economic analysis”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 34, N.º 1, pp. 245-259;
- Espelt, N. e Benito, J. (2006), “Visitors behavior in heritage cities: the case of Girona”, *Journal of Travel Research*, Vol. 44, N.º 4, pp. 442–448;
- Falconer, P. e Blair, S. (2003), “The governance of museums: a study of admission charges policy in the UK”, *Public Policy and Administration*, Vol. 18, N.º 2, pp. 71-88;
- Fazioli, R., Filippini, M. (1997), “Cost structure and product mix of local public theatres”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 21, N.º 1, pp. 77-86;

- Felton, M (1992), “On the assumed inelasticity of demand for the performing arts”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 16, N.º 1, pp. 1-10;
- Frank, R. e Bernanke, B. (2003), *Princípios de Economia*, 1ª Edição, Lisboa: McGraw-Hill;
- Frey, B. (1994), “Cultural economics and museums behavior”, *Scottish Journal of Political Economy*, Vol. 41, N.º 3, pp. 325-335;
- Frey, B. (2003), *Arts & Economics: Analysis & Cultural Policy*, 2ª Edição, Berlim: Springer;
- Frey, B. e Meier, S. (2003), “Private faces in public places: the case of a private art museum in Europe”, *Cultural Economics*, Vol. 3, N.º 3, pp. 1-16;
- Frey, B. e Meier, S. (2006), “The Economics of Museums”, in V. Ginsburgh e D. Throsby (editores), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amesterdão: North Holland, pp. 1017–1047;
- Frey, B. e Steiner, L. (2012), “Pay as you go: a new proposal for museum pricing”, *Museum Management and Curatorship*, Vol. 27, N.º 3, pp. 223-235;
- Gapinski, J. (1986), “The lively arts as substitutes for the lively arts”, *American Economic Review*, Vol. 76, N.º 2, pp. 20-25;
- Greene, W. (2012), *Econometric Analysis*, Essex: Pearson;
- Grisolia, J. e Willis, K. (2012), “A latent class model of theatre demand”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 36, N.º 2, pp. 113-139;
- Guimarães, E. (2013), “O museu como fator de desenvolvimento regional: o impacto económico do museu”, *Ensaio e Práticas em Museologia*, Vol. 3, p. 40-53;
- Heilbrun, J. e Gray, C (2001), *The Economics of Art and Culture*, 2ª Edição, Nova Iorque: Cambridge University Press;
- Herrero, L., Sanz, J., Devesa, M., Bedate, A. e Barrio, M. (2006), “The Economic Impact of Cultural Events: A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture”, *European Urban and Regional Studies*, Vol. 13, N.º 41, pp. 41-57;

- Hughes, P. e Luksetich, W. (1999) “The relationship among funding sources for art and history museums”, *Nonprofit Management and Leadership*, Vol. 10, N.º 1, pp. 21-38;
- IMC (2007), *Relatório de Atividades 2006*, Lisboa: Instituto de Museus e da Conservação;
- IMC (2008), *Relatório de Atividades 2007*, Lisboa: Instituto de Museus e da Conservação;
- IMC (2009), *Relatório de Atividades 2008*, Lisboa: Instituto de Museus e da Conservação;
- IMC (2010), *Relatório de Atividades 2009*, Lisboa: Instituto de Museus e da Conservação;
- INE (2012), *Estatísticas da Cultura 2011*, Lisboa: Instituto Nacional de Estatística;
- INE (2013), *Estatísticas da Cultura 2012*, Lisboa: Instituto Nacional de Estatística;
- INE (2014), *Estatísticas da Cultura 2013*, Lisboa: Instituto Nacional de Estatística;
- Jevons, W. (1883), “The Use and Abuse of Museums”, in *Methods of Social Reform and Other Papers*”, Londres: Macmillan, pp. 53-81;
- Johnson, P. (2000), “The size-age-growth relationship in not-for-profit tourist attractions: evidence from UK museums”, *Tourism Economics*, Vol. 6, N.º 3, pp. 221-232;
- Johnson, P. (2003), “Museums”, in Ruth, T. (editora), *A Handbook of Cultural Economics*, Edward Elgar Publishing: Cheltenham, pp. 315-320;
- Johnson, P. e Thomas, B. (1998), “The Economics of Museums: A Research Perspective”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 22, N.º 3, pp. 75-85;
- Khanna, J. e Sandler, T. (2000) “Partners in giving: the crowding-in effects of UK government grants”, *European Economic Review*, Vol. 44, N.º 8, pp. 1543–1556;
- Khanna, J., Posnett, J. e Sandler, T. (1995), “Charity Donations in the UK: New Evidence Based on Panel Data”, *Journal of Public Economics*, Vol. 56, N.º 2, pp. 257-272;

- Kingma, B. (1989), “An accurate measure of the crowd-out effect, income effect, and price effect for charitable contributions”, *Journal of Political Economy*, Vol. 97, N.º 5, pp. 1197-1207;
- Laamanen, J. e Sorjonen, H. (2014), “Audience development as a determinant of the demand for arts and cultural products”, artigo apresentado na *18<sup>th</sup> International Conference on Cultural Economics*, Universidade do Quebec, Montreal, 27.06.2014;
- Lampi, E. e Orth, M. (2009), “Who Visits the Museums? A Comparison between Stated Preferences and Observed Effects of Entrance Fees”, *Kyklos*, Vol. 62, N.º 1, pp. 85-102;
- Lange, M. e Luksetich, W. (1984), 'Demand Elasticities for Symphony Orchestras', *Journal of Cultural Economics*, Vol. 8, N.º 1, pp. 29–48;
- Legoux, R., Carrillat, F., Boeuf, B. e Darveau, J., “A meta-analysis of demand and income elasticity in the performing arts”, artigo apresentado na *18<sup>th</sup> International Conference on Cultural Economics*, Universidade do Quebec, Montreal, 26.06.214;
- Lévy-Garboua, L. e Montmarquette, C. (1996), “A microeconomic study of theatre demand”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 20, N.º 1, pp. 25-50;
- Lindqvist, K. (2012), “Museum finances: challenges beyond economic crises”, *Museum Management and Curatorship*, Vol. 27, N.º 1, pp. 1-15;
- Local Government Forum (2008), *Local Government and the Provision of Public Goods*, National Library of New Zealand: Nova Zelândia;
- Luksetich, W. e Partridge, M. (1997), “Demand Functions for Museum Services”, *Applied Economics*, Vol. 9, N.º 12, pp. 1553-1559
- Maddison, D. (2004), “Causality and Museum Subsidies”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 28, N.º 2, pp 89-108;
- Maddison, D. e Foster, T. (2003), “Valuing congestion costs in the British Council”, *Oxford Economic Papers*, Vol. 55, pp. 173-190;
- Mankiw, G. e Talor, M. (2011), *Microeconomics*, 2ª edição, Hampshire: South-Western;

McCain, R. (1981), “Cultivation of Taste, Catastrophe, Theory and the Demand for Works of Art”, *American Economic Review*, Vol. 71, N.º 2, pp. 332-334;

Motta, M. (2004), *Competition Policy: Theory and Practice*, 1ª Edição, Cambridge: Cambridge University Press;

Netzer, D. (1978), *The Subsidized Muse: Public Support for the Arts in the United States*, Cambridge: Cambridge University Press;

Netzer, D. (2011), “Nonprofit Organizations”, in R. Towse (editora), *A Handbook of Cultural Economics*, Edward Elgar Publishing: Cheltenham, pp. 304-312;

O’Brien, D. (2010), *Measuring the value of culture: a report to the Department for Culture Media and Sport*, disponível no dia 11 de novembro de 2013, em [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/77933/measuring-the-value-culture-report.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/77933/measuring-the-value-culture-report.pdf)

O’Hagan, J. (1995), “National Museums: To Charge or Not to Charge”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 19, N.º 1, pp. 33-47;

O’Hagan, J. e Neligan, A. (2005), “State subsidies and repertoire conventionality in the non-profit English theatre sector: an econometric analysis”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 29, N.º 1, pp.35-57;

Parkhurst, C. (1975), “Art museums: Kinds of organizations, procedures and financing”, in S. Lee (editor), *On understanding art museums*, Nova Jersey: Prentice-Hall, pp. 68-98;

Peacock, A. (1994), “Welfare Economics and Public Subsidies to the Arts”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 18, N.º 2, pp. 151-161;

Peacock, A. (2006), “The arts and economic policy”, in V. Ginsburgh e D. Throsby (editores), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amesterdão: North Holland, pp. 1123-1140;

Peacock, A. e Godfrey, C. (1974), “The Economics of Museums and Galleries”, *Lloyd's Bank Review*, Vol. 111, pp. 17-28;

Pereira, P. (2012), *Economia e Finanças Públicas*, 4ª Edição, Lisboa: Escolar Editora;



- Pindyck, R. e Rubinfeld, D. (2013), *Microeconomics*, 8ª edição, New Jersey: Pearson;
- Ribeiro, C. (2014), *Econometria*, Escolar Editora: Lisboa;
- Rosett, R. (1991), “Art Museums in the United States: a Financial Portrait”, in M. Feldstein (editor), *The Economics of Art Museums*, Chicago: University of Chicago Press, pp. 129-177;
- Samuelson, P. e Nordhaus, W. (2012), *Economia*, 19ª Edição, Lisboa: McGraw Hill;
- Schimmelpfennig, J. (1997), “Demand for Ballet: a non-parametric analysis of the 1995 Royal Ballet Summer Season”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 22, N. 2, pp. 227-247;
- Schuster, M. (1998), “Neither Public nor Private: The Hybridization in Museums”, *Journal Cultural of Economics*, Vol. 22, N.º 2-3, pp. 127-150;
- Schuster, M. (2001), “Who Should Pay (for the Arts and Culture)? Who Should Decide? And What Difference Should It Make?”, in L. Rothfield (editor), *Unsettling Sensation: Arts Policy Lessons from the Brooklyn Museum of Art Controversy*, Nova Jersey: Rutgers University Press, pp. 72-88;
- Seaman, B (2006), “Empirical studies of demand for the performing arts”, in V. Ginsburgh e D. Throsby (editores), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amesterdão: North Holland, pp. 415-472;
- Skinner, S., Ekelund, R. e Jackson, J. (2009), “Art Museum Attendance, Public Funding, and the Business Cycle”, *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 68, N.º 2, pp. 491-516;
- Smith, A. (1976), *A Riqueza das Nações*, 4ª Edição, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian;
- Smith, T. (2003) "The effect of NEA Grants on the contributions to Nonprofit Dance Companies" *Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol. 33, N.º 2, pp. 98-113;
- Stavins, J. (1997), “Estimating demand elasticities in a differentiated product industry: the personal computer market”, *Journal of Economics and Business*, Vol. 49, N.º 6, pp. 347-367;

- Steiner, F. (1997), "Optimal pricing of museum admission", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 21, N.º 4, pp. 307-333;
- Throsby, D. (1976), "Public Policy and the Performing Arts", *The Economic Society of Australia*, Vol. 1, N.º 52, pp. 1-15;
- Throsby, D. (1994), "The production and Consumption of the Arts: a view of Cultural Economics", *Journal Cultural of Economics*, Vol. 32, N.º 1, pp. 1-29;
- Throsby, D. (2001), *Economics and Culture*, 1ª Edição, Cambridge: Cambridge University Press;
- Throsby, D. (2010), *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge: Cambridge University Press;
- Towse, R. (1994), "Achieving Public Policy Objectives in the Arts and Heritage", in A. Peacock e I. Rizzo (editores), *Cultural Economics and Cultural Economics and Cultural Policies*, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. 143-166;
- Towse, R. (2010), *A Textbook of Cultural Economics*, Cambridge: Cambridge University Press;
- Towse, R. (2014), *Advanced Introduction to Cultural Economics*, Cheltenham: Edward Elgar;
- Trupiano, G. (2005), "Financing the Culture in Italy", *Journal of Cultural Heritage*, Vol. 6, N.º 4, pp. 337-343;
- Urrutiaguer, D. (2002), "Quality judgements and Demand for French Public Theatre", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 28, N.º 3, pp. 185-202;
- Walls, W. (2014), "Bestsellers and Blockbusters: Movies, Music and Books", in V. Ginsburgh e D. Throsby (editores), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Vol. 2, Amesterdão: North Holland, pp. 185-214;
- Zieba, M. (2009), "Full-income and price elasticities of demand for German public theatre", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 33, N.º 2, pp. 85-108;